



# Ögonblick av gränslös tid

*En etnografi om vardagen på ett mikrobryggeri*

Catarina Wentus

Pro gradu-avhandling i organisation och ledning

Handledare: Mika Mård

Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi

Handelshögskolan vid Åbo Akademi

Åbo, 2020

<b>ÅBO AKADEMI – FAKULTETEN FÖR SAMHÄLLSVETENSKAPER OCH EKONOMI</b>	
Abstrakt för avhandling pro gradu	
Ämne: Organisation och ledning	
Författare: Catarina Wentus	
Arbetets titel: Ögonblick av gränslös tid – En etnografi om vardagen på ett mikrobryggeri	
Handledare: Mika Mård	
<p>Under de senaste 10 åren har antalet mikrobryggerier i Finland ökat kraftigt och samtidigt har intresset för hantverksöl växt. Medan ölbryggning och hantverkskonsumenter har uppmärksamats i forskarvärlden, har mikrobryggerier ur ett organisatoriskt perspektiv förblivit relativt outforskat. Bland annat av dessa orsaker väcktes min nyfikenhet på vad som händer inuti dessa organisationer och jag blev intresserad av att undersöka mikrobryggeriers verksamhet.</p> <p>För att ta reda på hur vardagen ser ut på ett mikrobryggeri insamlades empiri genom deltagande observationer under cirka fyra veckor. Därtill följde jag mikrobryggeriets verksamhet på distans under hela avhandlingsprocessen. Avhandlingens syfte formulerades i linje med mina upplevelser från fältet och blev därmed att presentera en tolkning av vad arbetet i ett mikrobryggeri består av.</p> <p>Min tolkning har inspirerats av mikrobryggeriernas historia, vilket även fått forma avhandlingens struktur som är en resa genom tre centrala tidsperioder: mikrobryggeriernas ursprung, den industriella revolutionen och nutid. Mikrobryggeriets vardag tolkades således genom tre olika perspektiv, med utgångspunkt i tidigare forskning om hantverk, organisering av arbete och kreativt arbete. Följaktligen uppkom ett till syfte, som var att visa hur det förflutna lever kvar än idag i mikrobryggeriernas vardag. Genom tillämpning av parakronism som tolkningsverktyg har jag visat hur t.ex. drag från hantverks- och industrialiseringstiden inte varit temporära utan att de snarare är ständigt närvarande i mikrobryggerier fortfarande idag.</p> <p>Mina erfarenheter har skildrats i avhandlingen som en etnografi, som består av ögonblick och upplevelser från fältet. Ordet etnografi representerar själva slutprodukten som skapades och sättet avhandlingen skrivits på. Avhandlingen bygger starkt på min tolkning och mina erfarenheter, och därför har även min forskarroll fått en central plats. Genom detta vill jag uppmuntra till ett lösgörande från de naturvetenskapliga normer som fortfarande styr vad och hur vi forskar inom organisationsstudier. Till följd av en sådan frigörelse kan nya kreativa tillvägagångssätt tas i bruk som vidare kan utvidga och fördjupa vår kunskap om organisationer.</p>	
Nyckelord: <i>etnografi, mikrobryggeri, hantverksarbete, organisering av arbete, kreativt arbete, parakronism</i>	
Datum: 16.5.2020	Sidoantal: 80

## Förord

När jag började skriva denna pro gradu-avhandling hade jag ett mål, om jag nu skulle arbeta med något helt läsår ville jag ta mig an ett projekt som var intressant och roligt att genomföra. För mig som kommer från en bakgrund där fysiskt arbete värderas var det upplyftande att genom deltagande observationer få utföra arbete på ett mikrobryggeri och uppleva alla dess sidor personligen. Tack Nicke och alla andra på Kahakka Brewery för att ni möjliggjorde detta!

Jag vill också tacka Mika, min handledare, för att du hjälpt mig se hur det akademiska kan kopplas till det praktiska ute på fältet. Jag uppskattar verkligen alla givande diskussioner, den inspiration du gett mig och att du sett möjligheter i mina idéer. Ditt engagemang har hjälpt mig att slutföra detta projekt och skapa denna slutprodukt.

Det har varit ett kämpigt år, men jag är glad att jag fått dela den med så många viktiga personer i mitt liv. Jag vill tacka hela gradugruppen som delat denna upplevelse med mig. Tack Julia, min medkämpe, för att du varit där för mig och lyssnat på alla mina lösryckta funderingar och mitt flummande. Tack Elin, min språkguru, för den tid du lagt ner på att korrigera min text. Och tack Janina, för att du under de senaste månaderna hjälpt mig att ta tag i gradun och arbeta hemifrån under karantäntiden.

De gångna sex åren som ekonomstuderande på Åbo Akademi har varit fantastiska. Det har varit tufft, men samtidigt otroligt roligt. Jag har fått träffa många nya vänner, lära mig att tänka och betrakta min omgivning på helt nya sätt och jag har fått växa som person. Nu är det dags att påbörja ett nytt och spännande kapitel i mitt liv som stolt ekonomie magister.

Åbo, maj 2020

Catarina Wentus

# Innehåll

<b>Inledning.....</b>	<b>1</b>
Nyfikenhet .....	2
Etnografiska studier .....	3
Tillträde till fältet.....	5
Kahakka Brewery .....	6
Bakgrund.....	8
Ute på fältet.....	9
Fältanteckningar.....	12
Syfte.....	14
Framställning .....	15
<b>DEL 1: Hantverksprodukten.....</b>	<b>17</b>
Här börjar det.....	18
Hantverk .....	18
Skicklighet .....	20
Manuellt arbete .....	22
Autenticitet.....	25
Hantverksprodukten – Där historia synliggörs .....	27
<b>DEL 2: Processer och praktiker.....</b>	<b>29</b>
Industrialiseringens tid.....	30
Organisering av arbetet.....	30
Arbetets degradering.....	32
Automatisering.....	35
Kvalitetskontroll och ansvarsfördelning .....	38
Expansion.....	39
Processer och praktiker – Där historia ligger dold .....	40
<b>DEL 3: Individen och det kollektiva .....</b>	<b>42</b>
Nutid .....	43
Kreativt arbete .....	44
Den passionerade entreprenören .....	47
Glamoriserad verklighet.....	49

Gemenskap.....	52
Skål för mikrobryggerier.....	55
En kamp mellan stora och små .....	57
Tillsammans.....	59
Individen och det kollektiva – Där historia skapas.....	61
<b>Avslutande diskussion .....</b>	<b>65</b>
Lärdom.....	65
Parakronism .....	67
Hantverkandet av en etnografi.....	68
Slutprodukten.....	70
Hantverkaren av denna studie .....	72
Etiska aspekter .....	76
Framöver.....	78
<b>Källor .....</b>	<b>81</b>

Bildkällor

Bilaga 1

# Inledning

Hela ölindustrin har genomgått en revolution under de senaste åren (Salmi, 2018). Öl är inte längre en dryck som endast konsumeras som törstsläckare eller rusningsmedel. Istället har ölen fått en mer prestigefylld och exklusiv roll vid sidan om viner, på både restauranger och pubar (Maunu, 2017). Butikernas hyllor står idag fyllda med otaliga ölsorter, från både större och mindre bryggerier. Statistiken visar att ungdomarna dricker allt mindre alkohol, samtidigt som konsumenternas intresse för kvalitet och produkternas ursprung ökar (Maunu, 2017). I samband med allt detta har antalet mikrobryggerier i Finland till och med fyrdubblats under 2010-talet (Jylhä, 2016; Hyrylä, 2018).

Även forskare inom olika ämnen har blivit allt mer intresserade av mikrobryggerier och deras verksamhet. Mycket har forskats inom naturvetenskapliga ämnen, såsom kemi och biologi, med fokus på ölbryggningen och vad som sker under denna process. Därtill har även forskning bedrivits inom ekonomiska och samhällsvetenskapliga discipliner, med koppling till exempelvis marknadsföring, nationalekonomi och sociologi. Danson, Galloway, Cabras och Beatty (2015) påstår dock att mikrobryggerier som organisation inte har studerats tillräckligt, och Thurnell-Read (2014) hävdar att öl- och hantverkskonsumenterna har stulit uppmärksamheten från mikrobryggerierna och dess medarbetare inom forskarvärlden. Med andra ord har väldigt lite skrivits om mikrobryggerier inom organisationsstudier. Största delen av de vetenskapliga artiklar som publicerats om mikrobryggerier har koncentrerats till traditionella ölnationer, som Storbritannien, USA, Tyskland och Belgien, medan nästan inga studier genomförts i Norden eller mer specifikt i Finland.

Till skillnad från tidigare forskning kommer jag i denna avhandling att sätta mikrobryggerier som organisation och människorna som arbetar på ett mikrobryggeri i fokus. Denna avhandling handlar om arbete och om hur arbetets karaktär har förändrats (och bevarats) genom mikrobryggeriernas historia. Med hjälp av tidigare forskning om hantverk, organisering av arbete och kreativa arbeten vill jag med denna etnografiska skildring ge en inblick i hur vardagen ser ut på ett mikrobryggeri idag och hur en organisatorisk kontext kan tolkas på ett kreativt och nytänkande sätt.

## Nyfikenhet

All akademisk forskning börjar med en undran över och nyfikenhet på vad som händer där ute i den ”riktiga” världen (Carlsen & Sandelands, 2015). Nyfikenhet är nyckeln till lärande och kunskap. Carlsen och Sandelands (2015) menar att vi inte kan påstå oss kunna något om organisationer och människor, ifall vi inte är nyfikna på vad som händer inuti organisationer och på varför till exempel människorna beter sig som de gör. I linje med Carlsen och Sandelands (2015) samt Alvesson och Kärreman (2007) handlar organisationsforskning således om att vara nyfiken och gå ut på fältet för att upptäcka mysterier som är värda att utforskas.

I startgroparna för avhandlingsskrivandet snurrade många tankar i mitt huvud. Jag hade svårt att bestämma mig för vad min avhandling skulle handla om och i vilken kontext undersökningen skulle genomföras. I ett tidigt skede väcktes ändå tanken om att det vore intressant att undersöka mikrobryggeriers verksamhet. Mikrobryggerier är enligt mig en spännande kontext i och med att antalet mikrobryggerier i Finland ökat kraftigt under de senaste tio åren och intresset för hantverksöl och hantverksprodukter generellt blivit allt mer populärt i vår omvärld (Hyrylä, 2018). Även om lagstiftningen på många sätt stöder mikrobryggeriernas verksamhet står de tre största bryggerierna i Finland för upp till 95 % av det öl som tillverkas, och dominerar därmed ölindustrin (Hyrylä, 2018). I denna siffra tas dessutom inte ens i beaktande allt det öl som importeras från andra länder. Konkurrensen är med andra ord hård och utmaningarna många.

Småföretag och familjeföretag har alltid fascinerat mig, mycket på grund av att jag fått följa flera sådana i min närkrets, men också för att jag upplever att arbetet i dessa företag är mer mångsidigt och humant än i stora företag. Det jag menar är att stora företag redan har löst många av de problem som småföretag kämpar med. I stora företag talas det om processer och helheter, medan det är individerna, relationerna och problemen som står i fokus i mindre företag (McGrath & O'Toole, 2018; Cardon & Stevens, 2004). Berättelsen om hur ett mikrobryggeri grundats börjar ofta med några kompisar som delat ett gemensamt intresse för öl (Korpinen & Nikulainen, 2014). När ett så kallat intresse då blir en profession förändras även arbetets karaktär. Mikrobryggeriers ägare är, som många andra småföretagare, ofta mångsysslare som tvingas agera i otaliga roller i sina arbeten (Åstebro & Thompson, 2011). På mikrobryggerier arbetar företagarna bland

annat som bryggare, försäljare, leverantörer och städare (Miller, 2019), och dessutom kräver arbetet oerhörd kompetens och skicklighet inom ölbrygging, som huvudsakligen handlar om att hantera kemiska processer. Med andra ord handlar arbetet på mikrobryggerierna lika mycket om att betala räkningar, kontakta kunder, beställa varor och lösa problem som det handlar om att skapa och framställa unika, autentiska produkter.

Ett personligt intresse för mikrobryggerier har väckts i samband med att jag själv fått följa på nära avstånd hur en dröm om ett eget bryggeri blivit verklighet. Jag tycker det är fascinerande hur egenföretagare kan brinna för något och tro så starkt på det de gör, att de är villiga att offra största delen av sin tid och slita, även om chansen att lyckas är liten. Sennett (2008) påpekar dock att hantverkare, vilket bryggare definitivt kan anses vara, ofta drivs av en vilja att skapa något präktigt i sig, utan att mer djupgående grubbla över framgång och överlevnad som företagare. Därmed värdesätter hantverkare själva skapandet och expertiskunskapen som utvecklas genom deras arbete. Som ekonomstuderande ser jag riskerna och problemen dessa egenföretagare ställs inför, men som organisationsforskare och beteendevetare fångas jag av hantverkarnas resonemang och drömmar. Mikrobryggerier har väckt min nyfikenhet och jag vill gå ut på fältet och ta reda på vad som händer inuti dessa organisationer.

## *Etnografiska studier*

Enligt Watson (2011) borde alltför etnografiska studier genomföras inom organisations- och ledarskapsforskning, eftersom etnografier kan fånga in vardagen och verkligheten så som den är i en organisatorisk kontext. Etnografiska studier har sina rötter i antropologin, men används idag även inom en rad andra discipliner, samhällsvetenskaperna medräknade (Aspers, 2011). Enligt Geertz (1973) ska forskare inte närma sig kunskap genom att undersöka teorier eller forskningsresultat och särskilt inte genom att lyssna på vad dess försvarare säger. För att fullt ut förstå något bör praktiserande, som utövar läran och innehar kunskapen i fråga, betraktas (Geertz, 1973).

Watson (2011), till skillnad från många andra forskare, definierar etnografi som ett sätt att skriva om vardagen och hur saker och ting går till i organisationer, istället för att beskriva det som en forskningsmetod. Ordet etnografi betyder ursprungligen att beskriva



folk (Lalander, 2015), vilket även tyder på att fokus ligger på själva beskrivningarna och inte på handlingen att iaktta människor. Således blir etnografen produkten som skapas, inte metoden som undersökningen genomförs med (Watson, 2011:205). Även Geertz (1973) menar att det är själva etnografen, slutprodukten forskaren producerar och de fylliga beskrivningarna hen antecknar som förklarar verkligheten och livet i organisationen, inte metoden och teknikerna forskaren använt för att ta fram dessa.

Etnografiska studier kan ses som ett kritiskt angreppssätt, där forskaren vill presentera relativa sanningar och verkligheten som hen upplever den (Watson, 2011). Den kritiska synen utgår från att man som forskare inte ska låsa sig till antaganden och tidigare kunskap, utan istället utmana dessa. Enligt Geertz (1973) handlar etnografiska studier inte om att hitta absoluta sanningar och lagar, utan om att tolka och förstå meningen bakom handlingar och uttryck. Etnografier porträtterar hur saker och ting utförs i praktiken, vilket enligt Aspers (2011) är källan till implicit kunskap som deltagarna inte annars kunde förklara och beskriva i ord. Dessutom kan forskare få tillträde till det som Goffman (1959) kallar för backstage beteende. Det vill säga forskaren kan bevittna handlingar som äger rum bakom kulisserna och som endast initierade personer i organisationerna vanligen har tillgång till. Watson (2011) menar att målet med etnografiska studier är att beskriva och förklara en social miljö så väl att läsaren skulle klara sig och förstå hur man ska agera i den miljön ifall hen skulle hamna där. Därmed utökar en etnografisk studie läsarens förståelse av omgivningens oskrivna regler, normer, roller, praktiker, kulturen och så vidare.

Enligt Watson (2011) lämpar sig deltagande observationer bäst för etnografiska studier, eftersom forskaren själv får uppleva det som hen ska undersöka. I och med att avsikten med etnografiska studier är att närma sig andra människors perspektiv på tillvaron (Lalander, 2015) och få en förståelse av hur världen ser ut ur deras synvinkel (Aspers, 2011), upplever jag det som en självklarhet och ett måste att själv gå ut på fältet. Andra metoder skulle helt enkelt inte skapa samma förutsättningar för att berätta den berättelse jag vill återge i denna avhandling. Watson (2011) menar att deltagande observationer frambringar mer naturliga och verklighetsbaserade data än till exempel intervjuer. Han menar att intervjun alltid är en konstruerad situation där informanten troligen formar sanningen och vill presentera en positivare bild av verkligheten än den kanske egentligen

är. Med andra ord är det inte lika enkelt att dölja sanningen då vardagen i en organisation observeras jämfört med att någon berättar om det i en intervju. Följaktligen valde jag att använda mig av deltagande observationer för att skapa en etnografisk skildring av hur vardagen ser ut på ett mikrobryggeri.

## *Tillträde till fältet*

Till en början övervägde jag att undersöka ett eller flera andra mikrobryggerier än ett bryggeri jag redan kände till från förut. Jag var väldigt medveten om att en bekant miljö kunde skapa svårigheter med att urskilja det jag ville undersöka och behålla ett kritiskt synsätt i mina observationer (Lalander, 2015). Däremot fanns det ju också en rad fördelar med att genomföra min undersökning på det bryggeri jag var bekant med sedan tidigare. Enligt Aspers (2011) består deltagande observationer av fem faser. Forskaren bör få tillträde till fältet och skapa förtroende bland deltagarna av studien. Som forskare ska man lära sig att agera på ett visst sätt i den kontext man verkar, samtidigt som man behåller sin forskarroll och slutligen ska forskaren lämna fältet. Det två första, det vill säga få tillträde och skapa förtroende skulle vara lätta att realisera ifall jag genomförde min undersökning vid det bekanta bryggeriet, eftersom jag känner vd:n för företaget personligen och dessutom varit involverad i bryggeriets verksamhet tidigare och därför skulle inte min närvaro vara helt onormalt. Aspers (2011) menar att det är till forskarens fördel att ha en grundläggande kännedom av omgivningen undersökningen genomförs i. Ifall observatören inte alls känner till miljön kommer mycket tid att gå till att lära känna vardagliga praktiker, uttryck, termer, människorna med mera. Likväl menar Alvesson (2009) att så kallade "hemma-observationer" är en lösning till problemet att etnografier är så tidskrävande. Aspers (2011) två återstående faser av observationer återkommer jag till i det avslutande kapitlet.

Fastän etnografiska studier i en känd miljö kritiserats av många forskare, finns det även flera förespråkare för ansatsen (exempelvis Geertz, 1973; Davies, 2008; Alvesson, 2009). Davies (2008) menar att urval av informanter eller organisation handlar likväl om att du som forskare väljer dem, som det handlar om att de väljer dig. Med andra ord är det inte ändamålsenligt att välja en organisation vars medlemmar inte accepterar forskarens

närvaro eller är villiga att delta i undersökningen forskaren arbetar med. Alvesson (2009) hävdar att hemma-etnografier ger forskaren naturligt tillträde, där forskaren använder sin position i organisationen för ett annat syfte. Genom att genomföra min undersökning i det bekanta bryggeriet kunde jag alltså genom ett naturligt tillträde komma åt ett rikt empiriskt material. Slutsatsen blev att den kända miljöns fördelar övervägde dess nackdelar och jag bestämde mig för att undersöka just det bryggeri jag redan kände till från förr, det vill säga Kahakka Brewery.

Den 2.10.2019 tog jag första gången kontakt med Nicke Kavilo, vd:n för företaget och en av delägarna, och utredde möjligheten att genomföra min undersökning på Kahakka Brewery. Jag skickade förfrågningen via företagets digitala kommunikationsplattform, Slack, vilket jag redan sen tidigare var medlem i. Nicke var positivt inställd till idén på en gång och svarade att han gärna skulle ha mig vid bryggeriet i några veckor (Kavilo, personlig kommunikation, 2.10.2019). Han berättade även att de var vana med studerande som genomför sina studier vid bryggeriet och således torde även de andra medarbetarna vara okej med mig. Med andra ord var tillträdet till fältet avklarat. Den 28.10.2019 bestämde vi tidpunkten för mina observationer, det vill säga 11.11– 22.11.2019. Den 4.11.2019 informerade jag resten av företagets medlemmar, inklusive aktieägare och medarbetare, genom samma kommunikationsprogram om när och varför jag skulle delta i bryggeriets aktiviteter. Jag gav dem även möjligheten att neka deltagande i min studie ifall de kände sig obekväma med detta. Ingen vägrade att delta. Genom att informera alla företagets medlemmar om mina intensioner att observera vardagen på bryggeriet avslöjade jag min forskarroll. Enligt Bryman och Bell (2017) kan en öppen forskarroll påverka deltagarnas beteende under observationerna, eftersom de är medvetna om att de blir iakttagna. Däremot löser en öppen forskarroll flera etiska och praktiska problem, som en dold forskarroll kunde medföra.

## ***Kahakka Brewery***

Kahakka Brewery är ett mikrobryggeri beläget i Karleby, i Mellersta Österbotten. Företaget grundades år 2017 men produktionen kom igång först året därpå, på grund av lång väntan på bryggningsutrustning. Under senaste verksamhetsåret producerade

företaget cirka 26000 liter öl. Under detta verksamhetsår är ambitionen att fördubbla förra årets produktionsmängd. Företagsnamnet Kahakka Brewery är inspirerat av Karlebyns historia, närmare bestämt slaget vid Halkokari (Halkokarin Kahakka) där Karlebyborna vann engelsmännen som försökte invadera kuststaden under Krimkriget år 1854 (Karleby Stad, 2016).

Kahakka Brewery är ett aktiebolag, med tio ägare. Alla personer har sina rötter eller en nära koppling till staden Karleby. Sådär beskriver de sig själva på deras hemsida:

One is a software developer, another is controller and the third one is a photographer. Then we have a farmer, a carpenter, a project engineer and a few friends involved in the mission just because it's fun. Finally, we have the CEO and visionary, Nicke Kavilo, who has brewed beer at home each weekend in recent years to get acquainted with the art of beer brewing and learn all you need to know - and more.

(Kahakka Brewery, 2019)

Med andra ord har aktieägarna varierande bakgrunder och erfarenheter, men en sak har de gemensamt: alla älskar öl och de kallar sig själva ölentusiaster. Vd:n för företaget heter som sagt Nicke Kavilo. Han är 35 år, företagare, visionär, ölentusiast, småbarnspappa och slöjdlärare till sin utbildning. Dessutom har han studerat professionell ölbryggning i Tyskland.

Förutom Nicke har företaget två timanställda medarbetare, Markus och Antti, som arbetar på produktionssidan med själva bryggandet av öl. Markus är kring 20 år och har utländsk ursprung. Han flyttade till Finland för att studera till kemiingenjör och genom dessa studier började han arbeta på Kahakka Brewery. Antti är i 30-årsåldern och före detta bartender, från vilket han kommit in i mikrobryggeriindustrin. Markus har under sommaren 2019 överlåtits ansvaret för produktionen, så att Nicke kan fokusera på andra aspekter av verksamheten. Antti arbetar med varierande arbetsuppgifter på produktionssidan. Därtill har företaget ett nära samarbete med Yrkeshögskolan Centria i Karleby och har ofta personer som gör sina praktikperioder vid bryggeriet, vilket även Markus gjort. Dessutom finns det en del familj och vänner som hjälper till lite nu som då i bryggeriet, inkluderat jag själv som arbetat med B2B-försäljning på distans.

## Bakgrund

I Finland definieras ett mikrobryggeri som ett oberoende småbryggeri som producerar högst 15 miljoner liter öl per år (Lag om accis på alkohol och alkoholdrycker, 1471/1994). På 1990-talet pratades det främst om småbryggerier och mikrobryggerier, men idag används även artesan- och hantverksbryggerier (eng. *craftbrewery*) som synonymer (Salmi, 2018). Begreppet hantverk är dock otydligt i detta fall, eftersom Salmi (2018) framhåller att det bland konsumenterna främst associeras med en god produkt och inte med något som producerats i små skala eller för hand. I denna avhandling har jag valt att använda termen mikrobryggeri, eftersom det är ett etablerat begrepp som konkret tyder på småskalig verksamhet.

Den 1.3.2018 trädde den nya alkohollagen i kraft (Social- och hälsovårdsministeriet, u.å.), vilket enligt Salmi (2018) är en framstående orsak till att allt fler mikrobryggerier grundats under de senaste åren. 2000-talet och början av 2010-talet var utmanande för mikrobryggerierna, eftersom inga drycker med högre alkoholhalt än 4,7 % fick säljas i butiker och kiosker, restaurangförsäljningen var begränsad och Alko krävde landsomfattande distribution på produkterna, vilket få nyinrättade mikrobryggerier kunde åstadkomma (Salmi, 2018). Den nya alkohollagen tillåter försäljning av drycker med upp till 5,5 % alkoholhalt i butiker och kiosker och därtill slopades kravet på att dryckerna måste tillverkas genom jäsning (Social- och hälsovårdsministeriet, u.å.). Detta är fördelaktigt för mikrobryggerier i och med att deras produkter ofta har en högre alkoholhalt än den normala mellanölen. En ännu viktigare reform som påverkat mikrobryggeriernas verksamhet och vilket utan tvivel haft en inverkan på branschens expansion är att mikrobryggerier efter den 1.3.2018 fick rätten att sälja sin egen hantverksöl direkt från bryggerierna (Social- och hälsovårdsministeriet, u.å.).

Mikrobryggerier är berättigade till nedsatt accis på alkoholdrycker, det vill säga skattenedsättning. Denna accissänkning är successiv från 10–50 % för en total ölproduktion på högst 10 miljoner liter per år (Lag om accis på alkohol och alkoholdrycker, 1471/1994). Enligt Jylhä (2016) har accislagen en stor betydelse för mikrobryggeriernas verksamhet och överlevnad och dessutom möjliggör lagen en kompensation mellan de stora bryggeriernas och mikrobryggeriernas kostnadsskillnader. I jämförelse med andra EU-länder är alkoholskatten i Finland dock extremt hög (Jylhä,

2016), vilket avspeglas i produkternas priser och försvårar därför mikrobryggeriernas verksamhet.

En av de mest centrala undersökningarna om mikrobryggeriers verksamhet har genomförts av Carroll och Swaminathan (2000). Deras forskning koncentrerade sig på resurspartitionering och hur specialist organisationer kan gynnas av generalist organisationers verksamhet. Med andra ord studerade de hur mikrobryggerier kan klara sig på en konkurrerande marknad mot stora bryggerier. Carroll och Swaminathan (2000) kom fram till att dessa två organisationstyper kan stöda varandras verksamhet och att dessa delvis kan ha olika konsumenter, eftersom konkurrens inte endast påverkas av organisationerna storlek utan likväl av deras identitet och konsumenternas preferenser. I likhet fann Danson m.fl. (2015) att stora bryggerier klarar sig lättare på den konkurrerande marknaden jämfört med mikrobryggerier, eftersom de har märkbart mindre kostnader i förhållande till produktionsmängden på grund av deras automatiserade processer. Däremot konkurrerar mikrobryggerier istället med kvalitet och diversitet vilket öppnar upp en helt ny marknad, där de stora massproducerarna inte deltar (Danson m.fl., 2015).

## *Ute på fältet*

Enligt Bryman och Bell (2017) lämpar sig deltagande observation speciellt bra för organisationsstudier ifall man är intresserad av att studera organisationer från ett inifrånperspektiv. Deltagande observationer handlar alltså om att själv uppleva och se det som undersöks (Aspers, 2011). Dessutom anser Watson (2011) att organisationer oftare borde studeras med hjälp av denna metod, istället för att alltid vinkla forskningen med en specifik teori eller perspektiv redan i början av forskningsprocessen. Enligt Lalander (2015) karaktäriseras observationsstudier alltså just av det att forskaren i startgroparna inte låser sig till specifika frågeställningar eller tolkningar, eftersom det skulle begränsa de observationer och upptäckter som görs ute på fältet.

När jag tillträdde fältet och inledde mina observationer hade jag alltså inte en specifik forskningsfråga jag undersökte. Jag var intresserad av att observera och uppleva hur vardagen ser ut på ett mikrobryggeri. Självklart hade jag vissa tankar och aningar om vad som pågår i en sådan kontext och innan observationerna hade jag bekantat mig med

tidigare forskning om mikrobryggerier, entreprenörskap och hantverk. Atkinson (2013) påstår att läsande inuti ett brett spektrum uppmuntrar kreativt tänkande, vilket vidare är till nytta inom etnografiska studier. Enligt Aspers (2011) kan observationerna inledas med ett brett perspektiv, för att i ett senare skede formulera ett mer specifikt fokus på observationerna. Innan observationerna hade jag sammanställt ett observationsschema (se Bilaga 1) som stöd och som förberedelse för arbetet på fältet. I slutändan använde jag den trots allt inte, men frågorna jag hade tagit fram präglade mitt tänkande ute på fältet. Under de två första observationsveckorna observerade jag allt och förde fältanteckningar över det mesta jag upplevde, medan tanken var att i ett senare skede gå tillbaka till fältet och utreda mer detaljerade delar av vardagen. Detta angreppssätt kan även ses som konkretisering av den hermeneutiska cirkeln, i meningen att forskaren förstår helheten genom att först förstå delar av den och när forskaren fått en bättre förståelse av helheten kan de små delarna begripas på ett djupare plan (Aspers, 2011).

Ovanstående förfarande kan även kallas för en abduktiv ansats. Abduktion är, till skillnad från induktion och deduktion, ett dubbelriktat tillvägagångssätt där man arbetar med teori och empiri om varannat (Bryman & Bell, 2017). Alvesson och Kärreman (2007) anser att forskning handlar om att upptäcka mysterier och lösa dessa, i linje med hur jag gått tillväga. Först bekantade jag mig med tidigare forskning av olika slag, utan att formulera ett specifikt syfte. Sedan gick jag ut på fältet för att se vad som händer därute och för att upptäcka spännande fenomen och slutligen återgick jag till tidigare forskning och teori, för att lösa och förstå dessa så kallade mysterier bättre. Eller som Mantere och Ketokivi (2013) ser på det, hitta förklaringar i tidigare forskning som gör dessa mysterier och företeelser självklara och naturliga.

Under perioden 11–20.11.2019 genomfördes mina inledande observationer ute på fältet. Under den första veckan deltog jag i bryggeriets aktiviteter sex dagar, från måndag till lördag. Den andra veckan var jag där från måndag till fredag. Dagarnas längd varierade, men jag eftersträvade att vara vid bryggeriet alltid då personal var på plats. I genomsnitt deltog jag i bryggeriets aktiviteter ungefär sex till åtta timmar per dag. Vissa dagar var betydligt längre, som till exempel då jag deltog i en bryggningssession som började redan klockan 5.00 på morgonen och en annan dag när jag och Nicke deltog i ett evenemang i ett av stadens hotell under kvällstid. Lördagen den 16.11.2019 var även en speciell dag,

som började med aktieägarmöte hela för- och eftermiddagen och som fortsatte med lillajulsfest långt in på småtimmarna.

Enligt Bryman och Bell (2017) måste man som forskare delta i organisationens aktiviteter och vardag för att skapa ett inifrånperspektiv av det som pågår inuti organisationen. Under den inledande observationsperioden ville och fick jag observera och delta i flera olika slags händelser och aktiviteter i bryggeriet. Jag var med under helt vanliga dagar, försäljningstillfällen, planerings-, kund- och aktieägarmöten, under en bryggningsdag, buteljeringsdagar, etikettering, städning samt under fritid när organisationsmedlemmarna spenderade tid tillsammans utanför bryggeriet. Bryman och Bell (2017) uppger att det finns olika grader av deltagande observationer, forskaren kan vara deltagare, deltagare som observerar, observatör som deltar eller också helt och hållet observatör. Ute på fältet försökte jag variera mellan alla dessa dimensioner av deltagande observationer.

Aspers (2011) poängterar vikten av att forskaren även praktiserar det hen undersöker, eftersom kunskap handlar i stort om att behärska en praktik. Genom att delta i omgivningens aktiviteter kan likväl oväntade vanor och upptäckter framkomma, som en utomstående annars skulle ta förgivet att görs på ett visst sätt (Bryman & Bell, 2017). Därför ansåg jag det viktigt att emellertid sätta min forskarroll åt sidan och delta i bryggeriets verksamhet som fulländad medlem. Vid andra tillfällen, för att undvika att min delaktighet blir för stor och för att behålla en viss distans och objektiv syn på det jag undersöker, satt jag med och endast observerade som forskare (Bryman & Bell, 2017).

Deltagande observation som metod består inte endast av att delta och samla in kunskap genom att iaktta den miljö som undersöks, utan det handlar likväl om att prata, ställa frågor och diskutera med deltagarna av studien (Bryman & Bell, 2017). Dessutom kan analys av dokument och skrift vara en del av observationsstudier, för att närma sig området som forskas och organisationen som undersöks (Aspers, 2011). Under observationstiden levde jag in mig i organisationslivet på Kahakka Brewery. Vid deltagande av olika aktiviteter ställde jag frågor för att bättre förstå vad deltagarna höll på med, men också för att lära känna dessa personer bättre. Vi hade även givande diskussioner om mikrobryggeriernas verksamhet i Finland samt om visioner och drömmar gällande Kahakka Brewerys framtid. Dessutom har jag både innan och efter observationstiden bekantat mig med Kahakka Brewerys hemsida, sociala medier och



företagets interna kommunikationsplattform Slack samt läst artiklar som haft att göra med företaget.

I februari återgick jag till fältet, efter att ha bearbetat och reflekterat över det material jag samlat in under den inledande observationstiden. Mellan den första och andra observationstiden hade jag formulerat ett tydligare syfte för min avhandling och utformat ett utkast av avhandlingens struktur. Den 17– 21.2.2020 deltog jag alltså återigen i bryggeriets vardag, men denna gång med större fokus på att observera och samla in material som direkt tangerar denna avhandling. Under denna vecka deltog jag mindre i själva arbetet och agerade mer som en forskare som observerar organisationsmedlemmarna och vad som händer på bryggeriet. Arbetsdagarnas längd varierade, men jag eftersträvade att så långt som möjligt igen vara på plats när någon av deltagarna var vid bryggeriet.

Den 5– 7.3.2020 deltog Kahakka Brewery på en ölfestival i Åbo, där jag arbetade för företaget tillsammans med Nicke. Fokus låg på att representera bryggeriet och sälja öl, men samtidigt hade jag min forskning i åtanke och skrev ner väsentliga aspekter när något intressant hände och jag hade möjlighet att anteckna det. Under denna förlängda helg fick jag ta del av många givande och lärorika diskussioner, både med Nicke och andra företagare inom branschen, som gav mig en djupare förståelse av mikrobryggeriernas verksamhet på ett större plan.

## *Fältanteckningar*

Enligt Aspers (2011) bildar de fältanteckningar forskaren skriver under observationerna det empiriska underlaget som används i en etnografisk studie. Dessa fältanteckningar ska kunna återskapa upplevelser från fältet och frambringa både en helhetsbild och mer detaljrika beskrivningar av händelser. Processen som består av att tolka, analysera och förstå det man observerat är långvarig och många insikter kan ske först länge efter observationerna. Fältanteckningar möjliggör då en återblick till fältet och ger forskaren möjligheten att analysera och tolka händelser med nya ögon. (Aspers, 2011)

Enligt Bryman och Bell (2017) är en utmaning med deltagande observation när och hur fältanteckningar ska skrivas. Som forskare måste man anpassa sig till situationen och

avläsa när ett lämpligt tillfälle inträffar för att föra anteckningar (Aspers, 2011). En strategi enligt Aspers (2011) är att dela upp arbetsdagen i olika pass, när forskaren observerar, deltar och skriver anteckningar. När jag agerade som fulländad deltagare försökte jag föra anteckningar över de upplevelser jag erhållit direkt efteråt eller senast dagen efter på min dator. Jag hade även mitt anteckningshäfte tillhands, dit jag kunde vid lämpliga stunder skriva ner vissa punkter och meningar som stöd för fältanteckningarna som skrevs på datorn. I de stunder när jag agerade mer som en observatör eller observatör som deltar fördes anteckningar på datorn samtidigt. I och med att det arbete jag gjort för Kahakka Brewery tidigare har utförts med hjälp av datorn, var det väldigt naturligt för mig att arbeta med den till exempel i kontoret i bryggeriet.

Fältanteckningarna som jag skrev ute på fältet var ofta ganska bristfälliga och slarviga till en början. När poängen var att skriva ner så mycket som möjligt, om vad som hände runt omkring mig, vad jag såg, upplevde och fick känna med mina sinnen samt vad människor i min omgivning sade, resulterade detta i en massa förkortningar, ofullständiga meningar och franska sträck. Efteråt bearbetade jag dessa anteckningar för att bättre förstå dem sedan när jag skulle återgå till dem för att tolka och analysera materialet för denna avhandling. De utdrag från fältdagboken som finns med i avhandlingen är ytterligare bearbetade innan de lagts in på lämpliga ställen. Enligt Geertz (1973) är etnografier fiktion, i meningen att det är tillverkade och konstruerade enligt etnografens förståelse. Det vill säga genom bearbetning formas, utvecklas och kategoriseras fältanteckningarna enligt etnografens uppfattning och därmed konstrueras dessa till en personlig tolkning om en omgivning (Geertz, 1973).

I mina fältanteckningar har jag försökt åstadkomma det som Geertz (1973) kallar för fylliga beskrivningar. Dessa fylliga beskrivningar ska vara så detaljrika att en utomstående läsare ska kunna förstå vad som pågår i den omgivning eller situation som återges och dessutom ska de göra forskarens argument trovärdiga (Aspers, 2011). Aspers (2011) menar att fältanteckningarna ska kunna besvara vad, när, var, av vem, hur och senare varför vissa företeelser sker i en viss miljö. Sålunda skildrar dessa fylliga beskrivningar fältets logik och de normer som styr vardagen i den studerande miljön, samt möjliggör att nya forskningsintressen kan formuleras (Aspers, 2011). Dessutom ska

fältanteckningarna vara självreflekterande, där forskaren avspeglar sina egna känslor och upplevelser i en specifik situation (Lalander, 2015).

## *Syfte*

I likhet med Atkinson (2013), Carlsen och Sandelands (2015) samt Alvesson och Kärreman (2007) vill jag att denna avhandling drivs av nyfikenhet. Innan jag inträdde fältet var jag nyfiken på vad som händer och hur vardagen ser ut på ett mikrobryggeri mer generellt. Under de veckor jag fick spendera på Kahakka Brewery fick jag upptäcka flera mysterier och verkligen leva mig in i bryggeriets vardag. Tidvis blev jag förvånad, fundersam och full av iver, jag blev frustrerad, trött och uppgiven, men samtidigt har jag känt tacksamhet över att få ta del av det hela. Enligt Carlsen och Sandelands (2015) är det precis så här forskare ska närma sig organisationer. Som forskare ska man vara beredd att bli överraskad, tveksam och bekväm samtidigt som man tar vara på möjligheten man fått på ett lekfullt sätt.

Atkinson (2013) anser att etnografens uppgift är att kunna omforma små händelser till stora idéer och storartade händelser till sedvanliga fenomen. Följaktligen har denna avhandling inspirerats av både de vardagliga och oväntade händelserna jag fått ta del av under min tid ute på fältet. På Kahakka Brewery blev jag speciellt intresserad av verksamhetens och arbetets tvetydiga och mångfacetterade karaktär. Liksom Orr (1996) i sin etnografiska studie undersökte arbete i praktiken, vill jag i denna avhandling betrakta vad personer i verkligheten ägnar sig åt för att utföra sitt arbete. Följaktligen vill jag i denna avhandling presentera en tolkning av vad arbetet på ett mikrobryggeri består av.

Den tolkning jag valt att presentera har starkt inspirerats av mikrobryggeriernas historia, både mer generellt och specifikt i Finland. Tre betydelsefulla, men samtidigt strikt konstruerade tidsperioder har fått forma strukturen av denna avhandling som en resa genom den förindustriella, industriella och postindustriella tiden. Men istället för att se dessa tidsperioder som fasta och begränsade såsom de traditionellt definierats, vill jag i denna avhandling också visa hur jag tvärtom ser dessa som ständigt närvarande på mikrobryggerier. I likhet med hur Rehn (2006) använt anakronism för en kritisk argumentering för hur förenklade ekonomiska tidsperioder inte är temporära och

övergående, vill jag tillämpa parakronism i denna avhandling. Enligt Landwehr och Winnerling (2019) betyder parakronism att något som redan hänt placeras i ett senare skede eller i en senare tidsperiod. Ett nyare sätt att definiera och använda parakronism är att se på händelser eller företeelser som ihållande och överlevande (Landwehr & Winnerling, 2019). Med andra ord vill jag påstå att det förflutna lever kvar i nutid, i mikrobryggeriernas vardag.

Denna avhandling är med andra ord uppbyggd på ett lite annorlunda sätt. Avhandlingen består av tre separata delar som alla beskriver en egen berättelse. Samtidigt presenterar dessa tre delar tillsammans en annan berättelse om mikrobryggeriernas historia samt hur arbetet förändrats och bevarats genom tiderna. I den första delen utgår jag från produkten som skapas, själva hantverket, i en förindustriell tidsanda med utgångspunkt i litteratur om hantverk och hantverksarbete. I den andra delen riktar jag min uppmärksamhet till industriella processer och praktiker som formar hur arbetet utförs på bryggeriet, med hjälp av tidigare forskning om organisering av arbete. I den tredje delen koncentrerar jag på individen och det kollektiva i ett postindustriellt samhälle, genom att närma mig vardagen på bryggeriet utifrån forskning om kreativt arbete. I det avslutande kapitlet presenterar jag mina slutsatser och vad jag velat uppnå med denna avhandling. Därtill diskuterar jag kvaliteten av denna avhandling och reflekterar över min forskarroll genomgående.

## **Framställning**

Inom organisationsforskningen har det redan en längre tid suktats efter nya sätt att tänka och skriva. Enligt Gilmore, Harding, Helin och Pullen (2019) har traditionella naturvetenskapliga normer styrt vad vi forskar och hur forskning utförs inom vårt fält. Gilmore m.fl. (2019) anser att dessa naturvetenskapliga normer kväver oss och hindrar kunskap, förståelse och lärande, eftersom dessa principer ligger långt borta från hur vi tänker, känner och arbetar i verkligheten. Att helt distansera sig från sin forskning, att ha en objektiv syn på det man undersöker samt att vara fullständigt rationell genom hela processen är ju egentligen en helt absurd tanke och en lögn vi intalar oss. Genom att lösgöra oss från dessa principer påstår Gilmore m.fl. (2019) att vi kan utvidga och fördjupa vår kunskap samt ge utrymme för kreativitet och mognad.

Meier och Wegener (2017) anser att det hela handlar om att inte bara skriva om det vi fått uppleva på fältet, utan vi ska skriva med resonans som medför både emotionell och fysisk förståelse hos läsaren. Med andra ord måste vi kunna beskriva våra upplevelser på ett rättfärdigt och påtagligt sätt som väcker känslor och framkallar föreställningar hos läsaren (Meier & Wegener, 2017). Inspirerad av dessa föreläsare vill jag återge det jag fått ta del av ute på fältet med min egen röst. Jag erkänner att detta kan leda till att mina tankar och känslor ibland lyser igenom och färgar denna avhandling, men samtidigt tror jag att det bidrar till en bättre förståelse av hur jag närmast mig och tolkat den komplexa vardagen jag vill presentera. Som deltagande observatör involveras dessutom forskarens kropp, handlingar och känslor i de händelser som tar form ute på fältet (Aspers, 2011). Därför ser jag det som en omöjlighet att utesluta och inte beakta min egen roll som forskare och deltagare i bryggeriets verksamhet i denna avhandling. Den berättelse jag vill skildra vill jag berätta med min egen röst, i stil med det Van Maanen (1988) kallar för en bekännande etnografi.

Att arbeta med en etnografi har gett mig många möjligheter, vilket inte alltid har underlättat skrivandet av denna avhandling. För att kunna förstå och analysera sitt empiriska material uppmuntrar Atkinson (2013) etnografer att arbeta med, reflektera över, leka med och modifiera sina data. Kodning kan vara ett bra sätt att organisera sina tankar, men enligt Atkinson (2013) är det inte ett rekommenderat arbetssätt eftersom det är för mekaniskt. Kreativt tänkande handlar snarare om en dialog mellan idéer och data. På grund av detta har jag valt att presentera tidigare forskning, mitt empiriska material och min analys som en pågående och sammanflätad diskussion. Genom att binda ihop dessa delar vill jag åskådliggöra arbetets varierande sidor på Kahakka Brewery, men också lyfta fram hur människorna i företaget skulle vilja ändra och utveckla verksamheten. Sammanflätningen av tidigare forskning, empiri och analys har dessutom underlättat framställningen av avhandlingen som en resa genom gränslös tid.



## DEL 1: Hantverksprodukten

## Här börjar det

Öl och ölbryggning har en lång historia i Finland. Enligt Korpinen och Nikulainen (2014) visar forskning att det redan för 2000 år sedan odlades korn i Finland, vilket på den tiden användes främst för framställning av sahti, ett slags hembryggt öl. Under medeltiden och fram till 1800-talet var öl en vardaglig dryck som till och med föredrogs framför vatten, eftersom människorna trodde att vatten inte var hälsosamt (Turunen, 2002). Endast överklassen drack öl med högre alkoholhalt, medan underklassen drack öl som liknade dagens svagdricka. Öl har med andra ord en stark koppling till den finska kulturen. I den finska mytologin förekommer guden Pellonpekko, som ansågs vara kornets, ölets och åkrarnas beskyddare, och öl nämns till exempel i nationaleposet Kalevala och andra verk av kända finländska författare, såsom Väinö Linna och Aleksis Kivi (Jylhä, 2016).

Ölbryggning var ursprungligen ett hushållsarbete som utfördes av kvinnorna i hemmet (Land, Sutherland & Taylor, 2019). Ölbryggning var alltså till en början väldigt småskaligt och något som krävde skicklighet och kompetens. I samband med att öl blev mer kommersiellt och började säljas till exempel på värdshus och krogar började männen överta sysselsättningen och så småningom förflyttades arbetet utanför hemmen (Korpinen & Nikulainen, 2014). År 1756 grundades Finlands första officiella bryggeri, Stora Bryggeriet i Helsingfors, varefter antalet bryggerier expanderade kraftigt. Enligt Jylhä (2016) verkade till och med 144 ölbryggerier i Finland år 1882.

Enligt Turunen (2002) var det finska ölet redan under medeltiden så eftertraktat att det fraktades till Sverige i stora lass och användes även som skattemedel under tiden Finland var en del av Sverige. Det finska ölet ansågs på den tiden vara av exceptionell kvalité, på grund av att det tillverkades med stor skicklighet och av högklassiga råvaror som odlades i Finland (Turunen, 2002). Ölbryggning var med andra ord ett slags unikt hantverk och samtidigt en vardaglig del av den finska kulturen.

## Hantverk

Hantverk är ett mångtydigt begrepp och därför existerar ingen klar definition av vad det egentligen innebär. Enligt Bell, Torado, Taylor och Mangia (2019) kan hantverk vara en

praktik, ett objekt, ett estetisk ideal eller en profession. När det gäller arbete kan begreppet hantverk appliceras på diverse branscher och på många nivåer från en hobby till en profession (Luckman, 2015).

Distinktionen mellan hantverk och konst är ett omtalat ämne inom forskning om hantverk (eng. *craft* och *craftwork*). Enligt Sennett (2008) omfattar begreppet hantverk och hantverkare ett större spektrum av verksamheter än konst och konstnärer gör. Vidare menar han att konst inte skulle existera utan hantverk, det vill säga hantverk syftar på själva praktiserandet av konst. Becker (1978) påstår att skillnaden mellan konst och hantverk är att genom hantverket skapas praktiska ting som kan användas eller utnyttjas för något ändamål.

Enligt Luckman (2015) syftar hantverksarbete på att något skapas med hänsyn till traditionella metoder och råvaror. Mer specifikt associeras ordet hantverk med att något skapas för hand, i motsats till industriarbete där produkter skapas med hjälp av maskiner (Campbell, 2005). Följaktligen produceras hantverksprodukter i liten skala, vilket ger produkten en unik prägel. Enligt Sennett (2008) är hantverk en form av kvalitetsdrivet arbete och skapas genom extraordinär yrkesskicklighet. Campbell (2005) påpekar att ordet hantverk dessutom antyder att en produkt är både designad och producerad av en och samma person.

Bell m.fl. (2019) hävdar att hantverk är ett fenomen som är starkt sammanbundet till sociokulturella, ekonomiska och historiska faktorer. Idag ses hantverk som ett initiativ som motarbetar massproduktion, globalisering och automatiserade industriella processer (Bell m.fl., 2019). Enligt Pye (1995) är slutresultatet av hantverksarbete aldrig förutbestämt, utan arbetet kännetecknas av risk (eng. *workmanship of risk*). Yrkesutövarens omdöme, fingerfärdighet och omsorg påverkar starkt slutprodukten, även om maskiner och utvecklade tekniker utnyttjas i produktionen. Schwalbe (2010) framhäver att hantverk karaktäriseras av att hantverkaren har kontrollen över hela arbetsprocessen och därmed bär ansvaret för slutresultatet. Genom ett samspel mellan hantverkaren och materialet skapas således hantverk som produkt (Schwalbe, 2010).

Inom mikrobryggeriindustrin har ordet hantverk redan länge fungerat som en symbol för egendomlig yrkesskicklighet, kvalitet och autenticitet, utöver den sedvanliga kopplingen



till traditionella metoder och småskalighet (Waehning, Karampela & Pesonen, 2019). I denna del av avhandlingen utgår jag från själva hantverksprodukten som skapas på mikrobryggerier. I en förindustriell tidsanda behandlas följaktligen skicklighet, manuell arbete och autenticitet som karaktärsdrag av hantverksarbetet. Kapitlet avslutas med en sammanfattning om hur historia framhävs och synliggörs genom hantverksprodukten.

## Skicklighet

Enligt Becker (1978) är hantverk starkt bundet till personlig kompetens och skicklighet som används för att skapa praktiska och unika objekt. Sennett (2008) menar att hantverksarbete grundar sig på expertiskunskap och stor skicklighet, som utvecklats genom erfarenhet och årtal av träning. Hantverkare är virtuoser som genom sin kropp och sitt sinne kan skapa unika produkter genom att använda råmaterial och verktyg samt genom att bemästra tekniker (Bell m.fl., 2019).

*Det är måndag morgon och Nicke och Markus börjar veckan med ett produktionsmöte. Idag ska de ha smakanalys av en produkt som ska bryggas på nytt senare i veckan. Killarna har haft lite problem med denna ölsort tidigare och därför är det speciellt viktigt att analysera olika brygg och justera receptet för att få det rätt denna gång. Nicke öppnar en flaska och häller upp det i tre glas. Vi kollar på färgen, doftar, tar en klunk och sköljer hela munnen med ölet. Alla på våra egna sätt. Nicke frågar mig hur det smakar och jag svarar amatörmässigt att det smakar som Koff, lite sött och ganska blaskigt. Markus småler och instämmer ”now that you’re saying it, I can taste it as well”. Nicke och Markus fortsätter diskutera smaken, lukten, malten, kolsyra och mineralerna mer avancerat och professionellt. Nicke öppnar en till flaska av samma sort, men från ett annat brygg och häller upp det. De två satserna är väldigt olika i färgen, den ena är klar och guldfärgad, nästan päroncider lik, medan den andra är mer mörk och liknar snarare billig äppelsaft. De smakar även ganska annorlunda och den andra har klart mindre kolsyra i sig. Killarna funderar hur det är möjligt att de kan vara så olika. De jämför protokollbladen från de två bryggningarna och försöker hitta framstående skillnader utan resultat. Nicke påpekar att skillnaden mellan ölen helt enkelt kan vara det att*

*Nicke har bryggt den ena satsen och Markus den andra. Även om de skulle följa samma recept, använda exakt samma ingredienser och om bryggningsprocessen har framskridit relativt lika kan ölen bli helt olika varje gång, förklarar Nicke. (Utdrag ur fältdagboken 17.2.2020)*

I detta utdrag konkretiseras hur ölbryggning är ett slags hantverk som starkt påverkas av vem det är som tillverkar ölet. Med andra ord syns individens skicklighet och kompetens i slutprodukten, även om produkten tillverkas på samma sätt och med samma recept. Anmärkningsvärt är dock att Nicke har gjort detta länge, gått en utbildning inom ölbryggning och samlat erfarenhet i årtal, medan Markus kan sköta jobbet även om han lärt sig det mesta han kan om ölbryggning på Kahakka Brewery av Nicke. Marchand (2008) och O'Connor (2017) poängterar dock att hantverksskicklighet är inget som kan överföras till en annan person. De menar att människor lär sig färdigheter genom kroppslig interaktion, i linje med Schwalbe (2010) som talar för ett samspel mellan hantverkaren och materialet.

Även Holmes (2015) hävdar att skicklighet inom hantverksprofessioner inte kan läras ut till någon annan, utan sådana färdigheter uppnås genom att ständigt öva och göra arbetet. Enligt Sennett (2008) erhålls hantverksfärdigheter genom erfarenhet, repetition och övning. Virtuositet är således ett resultat av kontinuerligt lärande (Bell m.fl., 2019). Detta är även något Nicke pratar mycket om och menar att hans medarbetare saknar. Nästan varje helg testbrygger Nicke något i små 30 liters kärl för att lära sig mer om orsak och verkan i bryggningsprocessen och för att produktutveckla nya ölsorter. Enligt Murray och O'Neill (2015) är hembryggning en slags seriös fritidsaktivitet, där deltagarna engagerar sig och är redo att offra mycket av sin lediga tid för att uppnå och förvärva expertiskunskap. Hembryggning är ett medel för självförverkligande och tillfredsställelse för dessa personer (Murray & O'Neill, 2015).

Under min tid på bryggeriet funderade jag mycket på hur polariserat bryggningsarbetet faktiskt är. Ölbryggning är delvis ett väldigt strikt och noggrant arbete, där bryggaren måste förstå kemiska processer och mäta till exempel pH-värdet och sockerhalten om och om igen för att uppnå ultimata värden. Ifall specifika värden inte uppnås, blir det helt enkelt inget öl. Följaktligen är det viktigt att följa noggrant förutbestämda och planerade recept till punkt och pricka. Samtidigt spelar fingertoppskänsla en stor roll. Ifall dessa

ultimata värden inte uppnås under bryggningen måste bryggaren kunna hitta problemet och följaktligen korrigera receptet och vidta åtgärder för att rätta till problemen.

Även om Markus tagit över ansvaret för bryggningsarbetet, menar Nicke att han saknar denna fingertoppskänsla, eftersom han inte kontinuerligt övar på bryggning självständigt där hemma eller med andra ord småskaligt genom hembryggning (Murray & O'Neill, 2015). Under en diskussion med Markus frågar jag ifall han trivs med arbetet som produktionschef och han svarar ja, men att han tycker att arbetet är lite väl tekniskt ibland och dessutom är varje brygg annorlunda, även om han försöker replikera tidigare recept och arbetsprocesser. En erfaren bryggare kan förstå kausaliteter i bryggningsprocessen och försitter därmed skickligheten att utnyttja sin expertis för att lyckas. Även om hantverksarbete alltid präglas av risk (Pye, 1995) kan en skicklig bryggare bättre kontrollera hela arbetsprocessen (Schwalbe, 2010) och således minimera denna risk.

## Manuellt arbete

*Jag åker iväg på kundmöte med Nicke till ett av stadens hotell. Vi ska träffa både hotellchefen och en skiftledare för att diskutera ett kommande evenemang, samt nästa års förväntningar och behov av den gemensamma kundrelationen. Det är mest Nicke och skiftledaren Pasi [pseudonym] som pratar. Vi talar om en möjlig bryggerivisit för hotellets personal och kommer på det sättet in på en diskussion om hur stor bryggeriet egentligen är och hur det ser ut där. Pasi berättar att han varit till Hartwalls fabrik någon gång i tiderna. Fabriken var flera kilometer lång, med otaliga maskiner och automater, men knappt ingen människa syntes till. Det var som om ingen arbetade där, förklarar Pasi. Nicke skrattar till och säger ”sitä se on se käsityö oikein ytimessä”. Nicke förklarar att Kahakka Brewerys processer liknar närmare arbetet på 50-talet och att nästintill allt görs för hand. (Utdrag ur fältdagboken, 14.11.2019)*

Som Nicke säger i utdraget ovan finns det få maskiner och automatiserade processer som skulle ersätta det manuella arbetet på Kahakka Brewery. Istället görs arbetet med händerna, vilket även ordet hantverk ursprungligen syftar på (Campbell, 2005). Enligt Atkinson (2013) finns det ett värde i att skapa med händerna och följaktligen uppmanar han att bevara dessa traditioner i linje med Luckman (2015) som poängterar att hantverk

handlar om att skapa objekt med respekt för traditionella tekniker och metoder. Bell m.fl. (2019) framhåller hantverk och manuellt arbete som en försvarsmekanism och åtgärd mot rädslan av vad arbete kommer att vara i framtiden i samband med utvecklingen av artificiell intelligens och digitalisering. Medan manuellt arbete ersätts med maskiner, vill människor skapa unika slutprodukter genom hantverk, vilket maskiner inte kan åstadkomma. Därmed medför hantverk att kroppen återigen får en väsentlig roll i arbetet och organisationerna (Bell m.fl., 2019).

*Klockan är 5.00 på morgonen när jag kör in på bryggerigården och ingen syns till. Idag ska killarna brygga öl och jag vill vara med och se hur det går till. Jag hinner precis tänka tanken att de skjutit upp tiden när de ska börja, när Markus röda bil kör in på gården. Vi går in och Markus börjar förbereda bryggningen och säger att "the magic starts in 20 minutes". Antti pratar mycket som vanligt och scrollar på sin telefon medan vi väntar. Markus går runt med sitt anteckningsblock, kollar och skriver ner allt väsentligt.*

*Killarna klär på sig gummistövlar, förkläde, skyddsglasögon och handskar. Nu börjar det. Antti fyller två kannor med vatten som innehåller mineraler och soda. Han ger dem till Markus som står uppe vid den stora silverfärgade ståltanken och frågar samtidigt om han ska börja mata in malten i krossen. Markus nickar och Antti går bort till malt rummet. Några minuter senare springer Markus ner för trapporna vid tanken och in till malt rummet och ropar "STOP". Termometern som används för att mäta vattentemperaturen fungerar ej och Markus förklarar att det är en av de viktigaste aspekterna att ha koll på vid detta skede av processen. Killarna märker att termometern blivit blöt och försöker febrilt torka den och byta batterier. Som tur börjar termometern fungera, i och med att det var den ända fungerande i hela huset, och arbetet kan fortsätta.*

*När malten är i vinkar Markus till mig att jag kan komma och kolla på mäsken som ligger i tanken. Det ser ut som morgongröten som jag inte hann äta i morse. Markus förklarar att detta är den mest avgörande processen av hela bryggningen. Ifall mäsken, det vill säga vatten och malt blandningen, inte når en viss temperatur kommer ölet att misslyckas. Efter en tid klättrar Markus*

upp på tanken för att skölja malttratten. Det hela ser lite ostabilt ut och jag säger ironiskt till Antti ”täällä on työturvallisuus selvästi kunnossa”.

När mäsken cirkulerat en tid och endast vätskan, det vill säga vörten, har förflyttats till nästa tank ska Antti börja tömma och städa tanken där maltresterna finns. Han tar fram en plastspade och en stor soptunna med hjul, och sätter därefter en stor plastpåse i soptunnan. Antti ställer soptunnan under en lucka som kan öppnas på tanken och börjar fylla plastpåsen med maltresterna, medan Markus tar olika prov av vätskan för att säkerställa pH- och sockervärdet i vörten. När Markus märker hur Antti gör försöker han råda honom om att han inte ska sätta spaden i tunnan när vispen inuti tanken snurrar. Antti ignorerar kommentaren och fortsätter. Markus tillägger att han är seriös och efter en stund säger Antti småfrustrerad att han nog har detta under kontroll, han har gjort detta flera gånger tidigare. Efter en tyst stund i en spänd atmosfär berättar Antti ett uttryck till Markus som han tycker är väldigt roligt och passande för situationen, ”don’t teach your father how to fuck” säger han, medan han skrattar små pikande och ser på Markus.

Medan Antti och Markus tillsammans tar några prover, frågar Antti om jag vill prova skyffla bort malten från tanken. Jag tar i spaden och börjar fylla plastpåsen som ligger i soptunnan. Arbetet är fysiskt, oergonomiskt och väldigt tungt. Den använda malten ser ut som våta havregryn och luktar tillika. När sopsäcken börjar vara full rullar jag soptunnan ut på gården och lyfter säcken på en lastpall där det nu står sex stora sopsäckar, medan närmare hälften av malten fortfarande ligger kvar i tanken. (Utdrag ur fältdagboken, 15.11.2019)

I ovanstående utdrag exemplifieras en del av det manuella arbetet på Kahakka Brewery. Vid ölbryggning hålls malten i krossen för hand, mineraler tillsätts genom att hålla dem i vattnet och olika analyser görs genom att sleva vätska i en kanna och mäta värdena om och om igen. Det finns heller ingen maskin som automatiskt skulle rengöra tankarna, utan t.ex. malttratten sköljs genom att någon klättrar upp på tanken och sprutar vatten i tratten och maltresterna skrapas bort ur tanken för hand. I arbetet används vissa redskap, som t.ex. termometern, apparaterna som pH-värdet och sockerhalten mäts med samt spaden och soptunnan. Dessa primitiva redskap är dock snarare hjälpmedel som hantverkaren

använder än maskiner som kunde ersätta människan (Pye, 1995) och därför finns det stor risk för både mänskliga fel och problem som t.ex. när termometern inte fungerar. Manuellt arbete, och hantverk, präglas sålunda av risk som Pye (1995) poängterar och ju mindre automatiserade processer existerar desto större är chansen för mänskliga misstag (Salmi, 2018).

Banks (2010b) hävdar att kreativitet och skapande tenderas att överdrivas i diskurser om hantverk och således har mödan och arbetet, som finns bakom det hela, ignorerats. Luckman (2015) påpekar dock att en känsla av hantverk snarare ligger i processen där produkten tillverkas eller realiseras och inte i själva slutprodukten. Därtill påstår Dalton (2004) att kreativitet de facto uppstår från rutiner och enformiga arbetsuppgifter. Därför borde hantverksprofessioner innefatta även praktiska arbeten som traditionellt sett inte kräver någon expertiskunskap eller speciella färdigheter (Holmes, 2015). Hantverk behöver alltså inte alltid handla om att skapa en slutprodukt, utan hantverk kan likväl realiserars i enformiga processer och uppgifter samt i servicearbeten (Holmes, 2015).

## *Autenticitet*

Autenticitet är ett begrepp som ofta förekommer i samband med hantverk och mikrobryggerier. Enligt Thurnell-Read (2019) pratar man idag om autentiska produkter som motsats till massproducerade, homogena och standardiserade produkter. Luckman (2015) menar att en autentisk föreställning framkallas av att hantverksprodukter i själva verket skapas med händerna och genom beröring. Mikrobryggerier framhäver ofta deras produkter som autentiska för att erhålla status, skapa mervärde och för att vara berättigade till att begära ett premium pris för deras produkter (Thurnell-Read, 2019; Beverland, 2005).

Det finns många olika strategier för att förmedla en autentisk föreställning. Många mikrobryggerier använder till exempel narrativ i marknadsföringen för att skapa ett slags kulturellt värde (Thurnell-Read, 2019). Enligt Beverland (2005) kan en autentisk bild skapas genom att förmedla en uppriktig berättelse om företaget där hantverkarens passion och unikheter uppmärksammas samt där produkterna presenteras som högklassiga hantverk. Genom att engagera sig i kommunikativa och performativa handlingar kan

mikrobryggerierna förmedla både produkternas autenticitet och företagets autenticitet genom att presentera människorna som involveras i skapandet av produkterna (Thurnell-Read, 2019). Enligt min tolkning framhäver Kahakka Brewery företagets autenticitet aktivt genom sociala medier där Nicke relativt ofta presenterar glimtar av vardagen på bryggeriet. Därtill uttrycks produkternas autenticitet på etiketterna i form av produktnamn och copytext.

Enligt Peterson (2005) handlar autenticitet även om att skapa och behålla en enhetlig bild av sig själv eller till och med om att skapa en organisationsidentitet (Hatch & Schultz, 2017). Ur konsumenternas synvinkel är det viktigt att produkterna liknar varandra, för att de lätt kan kopplas till ett och samma företag. Kahakka Brewery har i dagsläget tre olika produktserier som differentieras från varandra med hjälp av etikettdesignen. Baseline-serien består av Kahakka Brewerys standardsortiment, med flera olika traditionella ölsorter. Brewlab-serien är en del av företagets produktutveckling. Det vill säga alltid när företaget vill ta fram en ny produkt görs först en Brewlab av det, där konsumenternas åsikter tas i beaktande innan slutliga versionen skapas. Den nyaste serien heter Anno 1620 och är ett samarbete med Karleby Stad till ära av Karleby som fyller 400 år i år. Denna serie består av smaksatta öl. Genom att använda likadana flaskor, samma botten på etiketterna och genom att ha företagets namn och logo tydligt på framsidan av etiketten kan dessa produktserier dock lätt sammankopplas till Kahakka Brewery.

Schnell och Reese (2003) märkte när de undersökte mikrobryggerier i USA att de ofta försöker skapa en slags platsidentitet i det lokala området där mikrobryggeriet är beläget. Genom att använda till exempel historiska figurer och händelser, lokala legender samt landmärken i sina ölnamn och i marknadsföringen av bryggeriet kan bryggerier skapa en unik och personlig koppling till det lokala området och människorna som bor där (Schnell & Reese, 2003; Carroll & Wheaton, 2009). Platsbundenhet används ofta för att skapa en företagsidentitet, som vidare möjliggör en mer påtaglig föreställning hos konsumenterna i vilket företaget lättare kan uppfattas som något äkta och verkligt (Hatch & Schultz, 2017; O'Neill, Houtman & Aupers, 2014). Enligt min mening har Kahakka Brewery använt sig mycket av detta.

Företagsnamnet är som tidigare nämnt inspirerat av slaget vid Halkokari (Halkokarin Kahakka). Under Krimkriget attackerade, plundrade och brände engelsmännen ner flera

kuststäder i Norra Finland, men när det var dags för Karleby var människorna där beredda. Även om Karlebyborna var få i antal jämfört med engelsmännen lyckades de vinna och skydda staden. (Karleby Stad, 2016) Denna historia representerar enligt Nicke en kamp mellan de stora och de små och kan naturligt överföras till bryggeriindustrin, därav företagsnamnet Kahakka Brewery. Därtill används den brinnande tjärtunnan som företagslogo, i och med att Karleby är känd som tjärstad och detta syns än idag i t.ex. stadens vapen som även föreställer en tjärtunna som brinner.

Den platsidentitet som Schnell och Reese (2003) syftar på syns även starkt i Kahakka Brewerys produkter. Kokkolager, Suntti Brown Ale och Neri Pils är alla beskrivande exempel av detta. Kokkolager syftar såväl på staden Kokkola som på det finska ordet *kokko*, det vill säga ett brinnande bål, vilket är en viktig symbol för staden. Suntti är det lilla och smutsiga bruna sundet som rinner igenom staden och har fått äran att representera Kahakka Brewerys brown ale. Neristan är en bevarad trästadsdel och känd sevärdhet i Karleby. Följaktligen har den fått ge namn åt ölensorten Neri Pils, som dessutom får en annan betydelse om man vänder på orden. Därtill porträtteras fyra viktiga personer ur Karleby stads historia i jubileumsserien Anno 1620 och således har företagets platsidentitet förstärkts genom användningen av lokala legender i produkterna (Schnell & Reese, 2003).

## ***Hantverksprodukten – Där historia synliggörs***

Ölbryggning har varit en del av den finska kulturen redan länge. Mikrobryggeriernas historia har sina rötter i hembryggning och har därifrån utvecklats till även affärsmässig verksamhet. I slutet av 1800-talet verkade till och med kring 150 mikrobryggerier i Finland (Jylhä, 2016). I början var bryggeriernas verksamhet småskaligt på grund av att det fanns få maskiner som kunde utnyttjas i produktionen, istället tillverkades öl genom hantverk. Ölet var alltså ett resultat av hantverkarens skicklighet och de råvaror som använts i produktionen.

I denna del av avhandlingen har jag velat visa hur hantverk än idag utgör en väsentlig del av arbetet på mikrobryggerier, genom att fokusera på hur slutprodukten framställs. På Kahakka Brewery präglas skapandet av hantverksprodukten av en förindustriell tidsanda.



Under min tid ute på fältet framstod speciellt tre utmärkande egenskaper av hantverksarbete, det vill säga skicklighet, manuellt arbete och autenticitet. Skicklighet inom ölbryggning påverkar slutprodukten som framställs och därför kan inte vem som helst brygga öl. Hantverksölet skapas huvudsakligen genom manuellt arbete, medan få automatiska processer utnyttjas på mikrobryggerier. Därtill används autenticitet, särskilt i marknadsföringen av produkterna, för att framhäva hantverkets unika prägel.

Wadhwani, Suddaby, Mordhorst och Popp (2018) definierar det förflutna som något som hänt kronologiskt innan nutid, medan historia definieras som något som kan användas för att göra det förflutna närvarande idag. På Kahakka Brewery är historia närvarande genom hantverksprodukten som skapas och historia används medvetet för att frambringa en autentisk bild av företaget. Detta handlingssätt kan även identifieras hos andra mikrobryggerier. Enligt Thurnell-Read (2019) associeras hantverk och autenticitet starkt till det förflutna, men i sin studie visar han hur dessa aspekter är lika viktiga än idag inom mikrobryggeribranschen. Därtill upptäckte Hatch och Schultz (2017) hur Carlsberg först använt historiska artefakt för att framhäva en produktseries historiska autenticitet och senare även för att forma företagets organisationsidentitet.

Utan användningen av historia skulle verksamheten på Kahakka Brewery se väldigt annorlunda ut. Mikrobryggerier är verkstäder där hantverkaren, det vill säga bryggaren, får utöva sin expertis och passion för ölbryggning. Arbetet är tufft, både fysiskt och mentalt, men jag tror de facto att hantverket är en del av charmen i arbetet. Enligt min mening vill mikrobryggerier vara autentiska aktörer på marknaden, som skapar hantverksprodukter med respekt för traditionella metoder och ingredienser, och således vill mikrobryggarna att historia synliggörs i hantverksprodukten.



## DEL 2: Processer och praktiker

## *Industrialiseringens tid*

Under den industriella revolutionen på 1700- och 1800-talet uppfanns allt fler inventioner som underlättade ölbryggningen och det kunskapsintensiva arbetet började förflyttas till fabrikerna (Korpinen & Nikulainen, 2014). Infrastrukturen förbättrades, kylningssystem utvecklades och transport av varor underlättades. Dessutom resulterade forskning i en bättre förståelse av hur jästen i ölet beter sig, vilket möjliggjorde jämnare kvalitet och längre hållbarhet på produkterna (Korpinen & Nikulainen, 2014). Alla dessa aspekter gynnade bryggeriernas tillväxt och ölbryggning började alltmer industrialiseras, vilket slutligen ledde till att öl började massproduceras (Land m.fl., 2019).

Under 1800-talet grundades Finlands tre största bryggerier som än idag är verksamma, det vill säga Sinebrychoff, Hartwall och Olvi (Korpinen & Nikulainen, 2014). I och med att utvecklingen gick så snabbt framåt i fabrikerna var många av mikrobryggerierna som verkade på 1800-talet tvungna att avsluta sin verksamhet. Därtill drabbades mikrobryggerierna hårt av nykterhetsrörelsens framväxt, förbudstiden, 1930-talets recession och de två världskrigen (Jylhä, 2016; Korpinen & Nikulainen, 2014). År 1920 fanns det endast 26 bryggerier kvar i Finland i jämförelse med de 144 som verkade i slutet av 1800-talet.

Efter förbudstiden fick 44 bryggerier tillstånd att tillverka mellanöl i Finland, men på grund av de tuffa ekonomiska tiderna och i samband med konkurrensminskande företagsköp var även majoriteten av dessa tvungna att avveckla sin verksamhet under årens gång (Jylhä, 2016). I början av 1990-talet var Sinebrychoff, Olvi och Hartwall de tre enda verksamma bryggerierna i Finland (Jylhä, 2016).

## *Organisering av arbetet*

Den industriella revolutionen medförde en förändring i hur arbete utförs och organiseras i samhället. I stora drag menar Banks (2010b) att arbetet omvandlades från samarbete till koordinerad och kapitalistisk produktion. Mills (1951) hävdar att individen åtskildes från produkten och det började talas om arbete som en process. Med andra ord ägde människan inte längre varken slutprodukten eller redskapen som användes i arbetet, utan istället sålde

människan sin tid och skicklighet genom ett arbetsavtal (Mills, 1951). Organisationer inrättades, automatisering och massproduktion infördes och därtill organiserades arbetet så att var och en fick egna specifika arbetsuppgifter i organisationerna (Adamson, 2018). Enligt Orr (1996) hämmades agrikulturens och hantverkets roll i samhället och istället värderades fabriks- och kontorsarbete under denna tidsperiod. Dessutom introducerades företag, arbetstid, chefspositioner och unioner som centrala faktorer av arbetet (Orr, 1996).

Arbetsprocessen (eng. *labour process*) är ett viktigt begrepp som myntades i samband med dessa förändringar. Arbetsprocessen beskriver hur råmaterial förvandlas genom mänskligt arbete med hjälp av maskiner och verktyg till varor och tjänster som används (Thompson, 1983). Enligt Marglin (1974) var den mest centrala förändringen under industriella revolutionen att kapital började styra arbetet och följaktligen hela arbetsprocessen. Det vill säga fabriker började tillverka produkter för att göra vinst och således blev arbetsprocessen något som styrdes och ägdes av kapitalisterna (Thompson, 1983). I samband med detta infördes även arbetsdelning, där arbetet spjälkades upp systematiskt i separata väldefinierade moment (Braverman, 1985).

För att uppnå högsta möjliga produktivitetsnivå och göra så stor vinst som möjligt utvecklades och optimerades arbetsprocessen under denna tidsperiod. Taylorism, även kallad vetenskaplig företagsledning (eng. *scientific management*), utvecklades av Taylor (1911) för att uppnå optimal produktivitet i industrin. Taylor (1911) utformade vissa grundläggande principer däribland att de mest effektiva arbetsmetoderna bör definieras och implementeras i fabrikerna. Därefter ska de mest lämpliga arbetarna för varje specifik uppgift väljas, varefter dessa personer bör introduceras till och utbildas för arbetet. Dessa arbetare ska motiveras genom materiella incitament i enlighet med deras prestation. Taylor (1911) ansåg dessutom att varje arbetsmoment skulle övervakas av ledningen, så att arbetet utfördes så snabbt som möjligt. Arbetsdelningen resulterade i att människan blev lik en kugge i ett maskineri och hade således sin specifika och enformiga uppgift och kunde därmed lätt ersättas med en annan person vid behov.

Även maskiner som ersatte mänskligt arbete introducerades under den industriella revolutionen, vilket senare ledde till system som möjliggjorde massproduktion (Kaplinsky, 1988). Dessa system, där arbete utförs med löpandebandprincipen, kallas

även i vissa fall fordism, som i princip är en utveckling av taylorism (Kaplinsky, 1988). Enligt Jessop (1992) karaktäriseras fordistisk massproduktion av att standardiserade varor produceras i linje med tayloristisk arbetsdelning på ett löpande band, där produkten framställs mekaniskt steg för steg assisterat av specialiserad arbetskraft.

Enligt Land m.fl. (2019) förflyttades ölbryggning till stora fabriker under den industriella revolutionen och således blev bryggeribranschen industrialiserad. Följaktligen började öl massproduceras och arbetsuppgifterna i bryggerierna degraderades (Land m.fl., 2019). I linje med denna industriella tidsanda fokuserar denna del av avhandlingen på hur arbetet organiseras genom processer och praktiker på Kahakka Brewery. Aspekter som diskuteras är arbetets degradering, automatisering, kvalitetskontroll och ansvarsfördelning samt expansion. Kapitlet avslutas med en sammanfattning om hur historia ligger inbäddad och dold i processer och praktiker på Kahakka Brewery.

## *Arbetets degradering*

Arbetsdelningen gjorde att personalens uppgifter i företagen blev mer specifika och enformiga till sin karaktär. Med andra ord degraderades (eng. *deskilling*) arbetet och individen förlorade kontrollen av arbetsprocessen som helhet (Schwalbe, 2010). Enligt Braverman (1985) innebär degradering att arbetet blir rutinerat och monotont, alltså rena motsatsen till hantverksarbete. Eftersom kapitalism dessutom kräver att individen bör lösgöras från slutprodukten för att uppnå maximal effektivitet i arbetet och därmed minimera kostnaderna (Taylor, 1911), hävdar Roberts (2007) att degradering av arbetet är oundvikligt.

*Jag kör in på bryggerigården, det är min första dag ute på fältet och jag är taggad att påbörja mina observationer. Nicke har meddelat mig dagen innan att vi börjar klockan 9 på måndag med en buteljeringssession, det vill säga cirka 1000 liter öl ska buteljeras. Jag stiger in på bryggeriet, som jag tidigare besökt flera gånger, men sedan sist har det skett några ändringar i lagret och ett omklädningsrum har byggts ut. Annars är det smutsigt som vanligt, skräp lite här och där och en massiv hög med söndriga pafflådor, lastpallar, plast, använda ölfat, tomma glasflaskor med mera som når nästan taket i hörnet av lagret och*

*hindrar utgång från bakdörren. Det hörs rockmusik från produktionssidan och jag anar att Markus redan är där och förbereder inför buteljeringen.*

*När även Antti, Nicke och Kari (Nickes familjemedlem) anlänt och vi har sörplat i oss morgonkaffet, går vi in till produktionssidan. Vi klär på oss skyddsglasögon, gummistövlar, ett långt blått vattentätt förkläde som räcker ända till halva vaderna på mig och gummihandskar. Nicke visar mig snabbt ungefär vad jag ska göra och säger att jag nog snappar upp hur man gör och hittar en egen takt. Nicke och Markus står vid flaskfyllaren, vilket ser ut som det skulle kunna vara själv byggt. En träskiva med fyra kranar och en ställning under varje kran där glasflaskor kan stå. De fyller de bruna glasflaskorna med öl, varefter de ställer dem på bordet där jag och Antti står. Jag tar en kapsyl i höger hand och sätter den i kapsyleraren, där den fastnar lätt på en magnet. Därefter ställer jag flaskan med vänster hand under maskinen, trycker ner två knappar för att få kapsylen på flaskan och släpper därefter vänstra knappen för att frigöra flaskan från kapsyleraren. Sedan sköljer jag flaskan i en hink på min högra sida och ställer den på nästa bord. Därifrån plockar Kari de färdigt fyllda och kapsylerade ölflaskorna i lådor och för dem till lagret. Såhär fortsätter vi i cirka fyra timmar i sträck, utan någon ordentlig paus, tills över 3000 flaskor blivit fyllda. (Utdrag ur fältdagboken, 11.11.2019)*

Utdraget ovan exemplifierar hur enformigt arbetet på bryggeriet ibland kan vara. I tayloristisk stil hade var och en sin egen arbetsuppgift vid buteljeringen, som var väldigt specifik och monoton. Vi formade ett slags löpandeband och således blev vi alla delar av ett system, eller likt kuggar i ett kugghjul (Jessop, 1992; Taylor, 1911). Även om det var första gången jag var med på en buteljeringssession blev arbetet snabbt rutinerat, vilket även tyder på att i princip vem som helst kan utföra uppgiften och därför kan en person lätt ersättas med en annan.

När arbetet väl började flyta på upplevde jag en slags tävling både mot mig själv, där jag ville kapsylera en flaska så snabbt som möjligt, men också mot Antti om vem som kapsylerar fler flaskor på en viss tid. Mills (1951) hävdar att degradering av arbete leder till att människan instrumentaliseras och därmed blir arbetet mätbart och kontrollerbart. Även om tävlingen inte var uttalad, upplevde jag alltså att maximal effektivitet var

beundransvärt och något att sträva efter. Dessutom var arbetet ganska roligt, men tanken slog mig att detta snabbt skulle bli tråkigt om jag var tvungen att göra det ofta. Överensstämmande med detta poängterar Schwalbe (2010) att degradering och rutinarbete blir problematiskt i längden eftersom utgångspunkten för arbete för många är att det ska vara meningsfullt och givande (Sennett, 2008; Mills, 1951).

Enligt Roberts (2007) överlåter människan kontrollen av arbetsprocessen till företaget när hen säljer sin arbetskraft till dem. Detta i samband med degradering av arbete leder enligt Sennett (2008) till att dessa personer endast fokuserar på den egna uppgiften och löser problem som har att göra med den. Samtidigt förlorar dock personen förmågan att förstå hur saker och ting hänger ihop, och förmågan att se helheten. På sjukhus exemplifieras detta i att vård av en människa förändras till vård av en sjukdom eller ett symptom (Sennett, 2008). Problemet med detta är dock inte att kvaliteten av slutprodukten skulle försämrats, för det behöver den inte göra, men att människorna blir i slutändan uttråkade och dessutom går miste om lärdom genom problemlösning (Sennett, 2008).

Enformiga arbetsuppgifter på Kahakka Brewery behöver inte alltid vara så specifika som i föregående utdrag. I utdraget nedan utspelas ett annat exempel där jag utför ett arbetsmoment som är enformigt, rutinerat och tidskrävande. Till skillnad från det föregående utdraget utförs arbetet i detta exempel ensam och därför har jag skapat ett system av steg som gör att jag arbetar som på ett löpande band, men utför istället alla uppgifter själv.

*Bryggeriet ska lansera en ny produkt om bara några timmar, men vi väntar fortfarande på att etiketterna för ölsorten ska levereras från tryckeriet. När etiketterna äntligen levereras börjar jag direkt etikettera flaskor, eftersom flera lådor av den nya produkten ska levereras vidare till butikerna än idag. Etikettmaskinen har aldrig varit min vän, även om vi bekantat vänskap flera gånger tidigare. Det gäller att få rullen med etiketterna perfekt ställd i maskinen så att etiketterna varken rullas snett eller för högt eller för lågt ner på flaskan. På båda sidorna av det höga bordet, där den lilla svarta etiketteringsmaskinen står, har jag ställt två stolar. På den ena stolen har jag en hög med pafflådor fyllda med flaskor utan etiketter och på den andra stolen fyller jag lådor med färdigt etiketterade ölflaskor. Arbetet är egentligen väldigt*

*enformigt och tidskrävande. Man ställer en flaska och rulla runt på maskinen och sedan trampar man på en pedal för att lösgöra en etikett som automatiskt snurrar sig runt flaskan. Om nu rullen med etiketterna inte är perfekt ställd i maskinen kommer resultatet inte att vara bra. Ibland frigörs ingen etikett då man stampar på pedalen och sedan plötsligt kan de komma två på en gång. Frustrerande, kan jag berätta. En annan dag när Kari (Nickes familjemedlem) höll på med samma arbete satt jag i kontoret och det ända jag hörde från lagret var radio Nostalgia med sina finska föråldrade hits och Kari som rabblade upp svordomar i ramsor. Då skrattade jag till för mig själv och insåg att det inte är bara jag som inte kommer överens med maskinen. (Utdrag ur fältdagboken, 22.11.2019, 13.11.2019 och 20.11.2019)*

Att skapa rutiner, processer och arbetsbeskrivningar underlättar arbetet i alla organisationer. Nicke beklagar sig ofta över att arbetet på bryggeriet är för ineffektivt och att pojkarna slöar för mycket under arbetstid. För att effektivisera arbetet har Nicke därför skapat beskrivningar av arbetsprocesser och rutiner på bryggeriet. Enligt Orr (1996) kan degradering av arbetet realiseras genom att skapa dokument med direktiv om hur saker och ting ska utföras på arbetsplatsen. Särskilt under den andra observationsperioden arbetade Nicke vid flera tillfällen med att skriva ner så kallade SOP:s (eng. *standard operating procedures*). Roberts (2007) poängterar att skicklighet inte egentligen har minskat till följd av industrialiseringen och degraderingen av arbetet, utan istället har skicklighet polariserats mellan arbetare och ledningen. I Kahakka Brewerys fall syns detta i att Nicke håller i alla trådar och är personen på bryggeriet som kan och vet allt. För att kunna lösgöra sig från vissa arbetsuppgifter och ge över ansvaret till andra skapar han därmed SOP:s som förklarar en arbetsprocess steg för steg, så att personen kan följa dessa direktiv istället för att alltid fråga Nickes hjälp.

## *Automatisering*

I samband med taylorismens och fordismens utveckling under 1900-talet försvagades hantverkets roll i samhället och istället beundrades automatisering och effektivitet (Bell m.fl., 2019). Under denna tidsperiod utvecklades olika slags maskiner som kunde användas i fabrikena och som ersatte det manuella arbetet som tidigare utförts av



människorna. Enligt Sennett (2008) har maskiner och olika slags verktyg tagits i bruk i takt med att sådana utvecklats och till en början har de fungerat som hjälpmedel för yrkesutövare. I längden har maskinerna dock blivit människans fiende i och med att de har ersatt det mänskliga arbetet helt och hållet och därmed har vissa professioner till och med försvunnit.

Även på Kahakka Brewery utvecklas och automatiseras verksamheten stegvis, som både minskar kravet av mänskligt arbete och effektiviserar arbetsmomenten. Mellan min första och andra observationstid fick bryggeriet igång en buteljerings- och etiketteringsmaskin. Meheen-maskinen hade levererats till bryggeriet redan innan min första observationsperiod, men då väntade bryggeriet fortfarande på experter från England som skulle komma och installera den. Efter månader av väntan beslöt Nicke slutligen att själv försöka få igång maskinen med hjälp av en annan bryggare från nejden, som har en likadan maskin.

*Idag ska killarna buteljera, men istället för att göra det för hand, som senaste gången jag var med, har bryggeriet äntligen fått igång Meheen. Med hjälp av denna maskin har buteljeringen och etiketteringen blivit halvt automatiserad och arbetet kräver inte längre lika många händer. Idag är det Markus och Antti som ska buteljera. Markus står i början av det löpande bandet och fyller på med tomma flaskor. Därifrån matar maskinen automatiskt flaskorna framåt och fyller sex flaskor på en gång. Flaskorna fylls först med kolsyra för att få ut syret ur flaskan och sedan fylls de med öl. Efter det lyfter maskinen upp flaskorna så att ölskum skapas i halsen av flaskan och sedan sätter maskinen flaskorna ner tillbaka och kapsylerar dem. Nicke berättar att denna teknik kallas cap on foam och möjliggör längre hållbarhet på produkterna, eftersom det finns minimalt med syra i flaskan som skulle oxidera vätskan och så småningom förstöra ölet. Därefter går flaskorna vidare på rullbandet och etiketteras en efter en automatiskt. När flaskorna är färdigt fyllda med öl, kapsylerade och etiketterade plockar Antti flaskorna i lådor och för lådorna vidare till lagret. (Utdrag ur fältdagboken, 18.2.2020)*

Buteljerings- och etiketteringsprocessen har alltså blivit delvis automatiserad och enligt Markus behövs det ungefär hälften så mycket personal för arbetsmomentet och det kan

utföras nästan dubbelt snabbare än tidigare. Arbetetprocessen har blivit mycket effektivare och därmed också billigare, eftersom den inte kräver lika många arbetstimmar längre. I jämförelse till utdraget, som presenterades i den första delen av denna avhandling, där skiftledaren från ett hotell berättar om hans besök till Hartwalls fabrik och där inga medarbetare syntes till eftersom produktionen var näst intill helt automatiserad, är detta inte fallet på Kahakka Brewery. På Kahakka Brewery underlättar Meheen-maskinen arbetet och således anses den snarare vara en medhjälpare än en fiende (Sennett, 2008).

Salmi (2018) hävdar att användningen av automatiserade processer på mikrobryggerier minskar chansen för mänskliga misstag och medför mer jämn kvalitet på slutprodukterna. Detta påstående går i linje med Pye (1995) som kallar industrialiserat arbete säkerställt (eng. *workmanship of certainty*). Anmärkningsvärt är dock att även automatiserade processer är riskfyllda, särskilt när processerna och maskinerna exploateras (Pye, 1995). Det vill säga många mänskliga misstag kan ske när maskiner installeras, t.ex. när Nicke, som inte var expert, installerade Meheen-maskinen. I sådana situationer krävs annan slags yrkesskicklighet. Vad jag kunde följa med på distans var installeringen av maskinen relativt problematisk, men efter många om och men fick Nicke tillsammans med den andra bryggaren igång maskinen, även om de inte försatt skickligheten som krävdes.

Meheen-maskinen var ett första steg av automatisering som jag fått ta del av på bryggeriet. Med Nicke har vi flera gånger fantiserat om framtiden där även beställnings- och leveransprocessen kunde automatiseras. För tillfället måste beställningar matas in i ett formulär när en köpman beställer Kahakka Brewerys produkter. Därefter ska försändelsen printas ut och transport måste beställas. Efter det måste någon förbereda beställningen och packa den på en lastpall, innan den hämtas upp av leverantören. I en framtida drömvärld skulle allt detta ske automatiskt och dessutom skulle systemet vara kopplat till inventariet, som igen skulle räkna ut vad som måste bryggas till näst. Med andra ord finns det mycket arbete kvar att göra och människan är långt ifrån ersatt på Kahakka Brewery.

## Kvalitetskontroll och ansvarsfördelning

Maskiner och automatiserade processer exploateras inte endast för att spara tid och pengar, utan också för att säkerställa kvaliteten av slutprodukten (Pye, 1995). Som Nicke förklarar i utdraget ovan, under rubriken automatisering, möjliggör den nya buteljeringsprocessen på Kahakka Brewery längre hållbarhet på ölet och således även jämnare kvalitet ifall produkten t.ex. står länge på en butiks hylla. Enligt Pye (1995) ansågs massproducerade produkter i början av industrialiseringen vara av sämre kvalitet än hantverksprodukter, eftersom fokus låg på att göra så stor vinst som möjligt. Idag associeras massproducerat öl med jämn och säkerställd kvalitet, medan hantverksölets kvalitet är mer osäkert. Emellanåt blir slutprodukten av utmärkt kvalitet och stundom kan den misslyckas.

*Jag sitter i kontoret och dricker kaffe. Markus håller på med kvalitetsgranskning och mäter alkoholhalten på några nya ölsorter som ska lanseras så småningom. Nicke kommer in till kontoret och ser inte värst nöjd ut. Han frågar retoriskt var kvalitetskontrollen är längs arbetsprocessen och svarar själv "jo, den borde finnas där bakom dörren, i produktionen, som inte längre är mitt ansvarsområde". Det har visat sig att en av ölsorterna inte har förväntat hög alkoholhalt. Enligt Nicke kan detta leda till att ölen fermenteras relativt snabbt och förstörs således på hyllorna i butiken... inte bra. Han söker fram protokollet från bryggningen och menar att det inte kan stämma. Något har gått fel under bryggningen eller så har någon fuskat. (Utdrag ur fältdagboken, 21.11.2019)*

Detta utdrag visar hur det inte alltid blir som någon har tänkt sig. Även om arbetsbeskrivningar följs och protokoll förs under processen kan misstag ske, till och med helt obemärkt, och därmed påverkas slutprodukten alltid av en viss risk (Pye, 1995). Som tidigare nämnt medför arbetsdelningen att yrkesutövaren förlorar kontrollen av arbetsprocessen som helhet och följaktligen överförs ansvaret för specifika arbetsmoment till enskilda medarbetare (Roberts, 2007). Därtill hävdar Mills (1951) att industrialiseringen ledde till att människorna handskades allt mindre med saker och istället arbetade allt fler med hantering av människor och symboler. På Kahakka Brewery har utvecklingen av verksamheten medfört att Nicke har överlåtit ansvaret av vissa arbetsuppgifter till andra personer och därmed har hans uppgift blivit att istället hantera

människorna och se till att arbetet blir gjort. När fel uppstår kan han försöka utreda dessa genom att gå igenom protokoll och prata med medarbetarna. Med andra ord har hans arbete delvis förändrats från ölbryggning till hantering av människor och symboler (Mills, 1951).

## *Expansion*

Från och med den 1.3.2020 har Kahakka Brewery anställt en försäljare på deltid. Detta innebär att för första gången finns det en person som helt och hållet fokuserar på försäljning. Markus har fått nya ansvarsuppgifter i produktionen och Nicke borde därmed äntligen ha mer tid för att utveckla verksamheten, istället för att släcka bränder konstant. Bryggeriet har som målsättning att dubblera ölproduktionen i jämförelse till det föregående verksamhetsåret. Ett lyckat samarbete har dock lett till att den nuvarande tankkapaciteten inte är tillräcklig, det vill säga Kahakka Brewery upplever ett behov att producera mer öl årligen än de för tillfället har möjlighet till. Därför har de nu bestämt sig för att investera i nya bryggningstankar. Med andra ord expanderas verksamheten i och med att fler medarbetare anställs och produktionsmängden ökar.

*Vi går in till det gamla kontoret, som så småningom ska bli ett kafferum, med Nicke och Markus. I rummet finns kvar endast den lilla kokvrån, en bokhylla och tre ostabila stolar längs väggarna. Vi sätter oss på varsin gungig stol och avnjuter en kopp kaffe som redan börjat smaka ganska 'pannsteiji'. Nicke och Markus planerar och funderar vad de ska beställa och vilka förbättringar de vill göra i produktionen nu när företaget ska investera i nya öltankar. Enligt Nicke brukar tankleverantören lova guld och gröna skogar, men när det kommer till kritan ingår inte heller allt som lovats i priset de kommit överens om. Därför är det viktigt att spika alla detaljer innan köpet slutligen slås fast. Medan Nicke förklarar detta åt mig googlar Markus bryggningssystem och hittar en bild från ett annat bryggeri i nejden. De har ett super fint och modernt bryggningssystem och på bilden blänker tankarna som om de skulle vara gjorda av silver. Dessutom är bryggeriet beläget på en idyllisk plats bredvid en herrgård. Det vill säga rena motsatsen till Kahakka som är beläget i det gamla industriområdet i utkanten av Karleby. På bryggeriet på bilden styrs bryggningsprocessen genom monitors.*

*Vi fantiserar hur en vanlig dag på detta bryggeri ser ut. Vi föreställer oss hur bryggarna kanske sitter på en soffa med fötterna upp på bordet, samtidigt som de avnjuter en bira och knappar igång bryggningen på en padda. Det känns helt löjligt och Markus skojar om att han kanske ska besöka dem och samtidigt aldrig komma tillbaka till Kahakka. (Utdrag ur fältdagboken, 21.2.2020)*

I utdraget presenteras drömmen om ett helt automatiserat bryggningssystem. Paradoxalt är dock att även om mikrobryggerier drömmer om att bli större aktörer på marknaden, anses massproducenterna vara motbjudande. Med andra ord vill mikrobryggerierna naturligtvis göra vinst för att kunna utveckla och förbättra verksamheten, men samtidigt vill de inte bli så stora att de skulle associeras med massproducenterna. Massproducenterna är ointressanta och deras produkter saknar en personlig touch, som vidare skulle ge produkten ett mervärde (Sennett, 2008; Thurnell-Read, 2019), vilket ligger ganska långt från de flesta mikrobryggeriers värden.

## ***Processer och praktiker – Där historia ligger dold***

I samband med den industriella revolutionen förflyttades ölbryggning till fabrikerna och öl började massproduceras. Alla nya uppfinningar stödde bryggeriernas tillväxt och så småningom spelade de stora aktörerna ut mikrobryggerierna från marknaden. Eftersom allt fler människor började arbeta som anställda utvecklades arbetsprocesser och arbetet delades i specifika moment, för vilka de mest lämpliga arbetstagarna valdes. Kapital började styra arbetet och därmed övervakades arbetet för att uppnå optimal effektivitet och högsta möjliga vinst i företagen. Därtill uppfanns maskiner som automatiserade arbetsprocesser och ersatte en del av det manuella arbetet.

I denna del av avhandlingen har jag velat visa hur karaktäriserande drag av arbetet från den industriella revolutionen fortfarande idag kan identifieras på Kahakka Brewery. En del av arbetsuppgifterna på bryggeriet är väldigt enformiga. Arbetsbeskrivningar skapar rutiner på bryggeriet, olika slags protokoll används och kvalitetsgranskning görs för att kunna kontrollera arbetet som utförs. Verksamheten automatiseras steg för steg, som effektiviserar arbetet, men som samtidigt ersätter delvis det manuella arbetet. Därtill

utvecklas verksamheten och ökad efterfrågan både möjliggör och tvingar företaget att expandera produktionen.

Enligt Wadhwani m.fl. (2018) påverkar historia arbetet i organisationer både medvetet och omedvetet. Historia kan vara dold och inbäddad i arbetsprocesser och praktiker som organisationer tillämpar (Wadhwani m.fl., 2018). Med andra ord kräver integreringen av historia ingen medveten handling (Hatch & Schultz, 2017), utan historia kan vara inbäddad i människors kunskap och kompetens som används i arbetet (Wadhwani m.fl., 2018). Enligt min mening är detta fallet på Kahakka Brewery. Även om historia inte medvetet används för att skapa och utveckla arbetsprocesser i företaget kan historia identifieras. Det vill säga liknande drag av hur arbetet under den industriella revolutionen organiserades och utvecklades, förekommer även idag på Kahakka Brewery.

Eftersom utvecklingen och expansionen av verksamheten fortfarande är i startgroparna på Kahakka Brewery tror jag inte att liknande rädslor om att arbetet skulle försvinna förekommer hos personalen och aktieägarna, som hos arbetstagarna under den industriella revolutionen. Utvecklingen upplevs snarare som en positiv sak och ett framsteg för lönsam verksamhet och humana arbetsförhållanden, i en riktning mot normala arbetstimmar och vettig kompensation för arbetet. Att arbetsprocesserna och praktikerna på Kahakka Brewery influeras omedvetet av historia är inget som håller verksamheten kvar i det förflutna, utan istället möjliggör och stöder historia utvecklingen av verksamheten.



## *DEL 3: Individen och det kollektiva*

## Nutid

Den så kallade moderna mikrobryggerirevolutionen börjar i Storbritannien under 1970-talet och sprider sig så småningom runt hela världen (Korpinen & Nikulainen, 2014). I USA ökar mikrobryggeriernas antal från 43 till över 1400 under 1980- och 90-talet (Carroll & Swaminathan, 2000), medan det idag finns över 4000 mikrobryggerier där (Brewers Association, 2020). I samband med att Finland blir EU-medlem år 1995 befrias alkohollagstiftningen och de första mikrobryggerierna grundas (Jylhä, 2016). Vi kan dock inte prata om en revolution än, eftersom endast ett tjugotal mikrobryggerier grundas fram till 2012. Efter år 2012 sker dock en drastisk förändring och idag finns det över 100 mikrobryggerier i Finland (Hyrylä, 2018). Detta uppsving får ytterligare stöd av att den finska alkohollagstiftningen förändras år 2018 och i samband med det tillåts bland annat försäljning av drycker med högre alkoholhalt i butikerna och mikrobryggerierna tillåts sälja sina produkter direkt från bryggerierna (Salmi, 2018).

Enligt Salmi (2018) är det mikrobryggeriernas blomstringstid just nu och det talas till och med om en ölrevolution. Ölindustrin har delvis återgått till hantverksidealen där kunskap, skicklighet, autenticitet och kvalitet har fått en betydande roll inom ölbryggning och är något som värdesätts hos konsumenterna. Detta syns även både på restauranger och i butiker där utbudet av hantverksöl ökat avsevärt (Maunu, 2017). Hantverksöl samlar ölentusiaster på flera ölfestivaler runt om i landet årligen och det finns även applikationer som Untappd, där intresserade kan betygsätta och registrera öl de druckit samt följa andra ölentusiaster runt om i hela världen och förenas med dessa (Untappd, 2010).

Även om intresset för hantverksöl har ökat bland konsumenterna är konkurrensen hård på marknaden. Hartwall, Olvi och Sinebrychoff står för upp till 95 % av den öl som tillverkas i Finland (Hyrylä, 2018), medan över 100 mikrobryggerier försöker tillsammans förändra dryckeskulturen i samhället. Mikrobryggarna motiveras dock att tillträda marknaden på grund av andra orsaker utöver ekonomiska skäl. Enligt Korpinen och Nikulainen (2014) delar företagare inom mikrobryggeribranschen en gemensam passion för hantverksöl. Genom att tillverka sitt eget öl får de arbeta med något meningsfullt och bidra med nya produkter till andra ölentusiaster.



## Kreativt arbete

Det har skett stora förändringar angående vad människor arbetar med, hur arbete utförs och varför, under de senaste årtionden. Enligt Gill och Pratt (2008) är detta till följd av bland annat globalisering, utveckling av informations- och kommunikationsteknologier samt förändringar i ekonomisk och politisk styrning. Dessa förändringar har studerats ur flera perspektiv, men enligt Gill och Pratt (2008) har forskning långt ignorerat vilken betydelse dessa förändringar har haft för människan i relationen till sitt arbete. Detta är viktigt att notera eftersom Adkins (2005) påstår att människans relation till arbete har omformats i samband dessa förändringar. Genom att betrakta människor som arbetar inom kulturella och kreativa branscher kan en förståelse av hur arbetets karaktär förändrats i dagens service- och informationssamhälle skapas (Adkins, 2005; Gill & Pratt, 2008). Med andra ord symboliserar kreativt arbete mycket av vad arbete för människan är idag (Gill & Pratt, 2008).

Gill och Pratt (2008) hävdar att osäkerhet och oklarhet är något som karaktäriserar arbete idag. Därtill menar Fenwick (2002) att individualisering och flexibilitet utmärker dagens arbetsmarknad i linje med Hoedemaekers (2018) som hävdar att flexibla arbetslösningar har blivit allt vanligare och därför har även kreativa arbeten fått en betydande roll i samhället. de Peuter (2011) menar att detta skett till följd av en vilja att lösgöras från traditionellt arbete och fordristisk arbetsdelning. Kreativa arbeten motstår industriella metoder och arbetssätt, och därför värdesätts hantverk och estetik samt att slutprodukten reflekterar arbetet och individen bakom framställningen (Hoedemaekers, 2018). Enligt Bell m.fl. (2019) upplevs ett värde i att skapa unika och autentiska produkter och således har hantverk återigen blivit något fint och eftertraktat bland konsumenterna. Arbete styrs följaktligen inte längre endast av kapitalism, som under den industriella revolutionen (Umney & Kretsos, 2014).

I dagens samhälle där människans relation till sitt arbete inte längre styrs endast av kapitalistiska intressen och behov har människan tilldelats möjligheten att välja sin väg i livet bland en mångfald av möjligheter (Giddens, 1991). Både Giddens (1991) och Bauman (2000) hävdar att det moderna samhället har gett individen möjligheten att själv forma och skapa sin identitet och livsstil, till skillnad från tidigare då traditioner och etablerade vanor ärvdes och lärdes från generation till generation. I en global värld menar

Giddens (1991) att människans självidentitet formas genom reflektiva val, och följaktligen styr den livstil personen väljer att leva enligt både arbete och fritid. Watson (2009) poängterar dock att detta sätt att konstruera sin identitet och livsstil är alltid beroende av andra människor och formas genom det sociala runt omkring en.

Kreativt arbete utförs och motiveras alltså av även andra orsaker än ekonomiska skäl. Kreativa branscher inträds på grund av ett behov av självförverkligande och en vilja att arbeta med något meningsfullt (Umney & Kretsos, 2014; Sennett, 2008). Enligt Hoedemaekers (2018) kan människor genom kreativt arbete även uttrycka en livsstil de lever enligt. Inom dessa branscher, där det är vanligt att ens hobby blir ett yrke, suddas ofta gränsen mellan fritid och arbete (Luckman, 2015) och därmed förekommer även utmattning och frustation (Gill & Pratt, 2008). Samtidigt upplever dock dessa människor djup tillfredsställelse och välbehag i arbetet (Gill & Pratt, 2008). Därtill upplever personer inom kreativa industrier ofta en djup passion för det de arbetar med (Miller, 2019; Hoedemaekers, 2018; Luckman, 2015).

Enligt Banks (2010a) anses professionell autonomi, det vill säga självbestämmanderätt i arbetslivet, vara ett utmärkande drag av kreativt arbete. Detta grundar sig i att kreativt arbete upplevs mer självförverkligande, kreativt och meningsfullt än konventionellt arbete (Banks, 2010a). Enligt Banks (2010a) handlar professionell autonomi om att ha friheten att själv bestämma över och forma sitt arbete. Inom kreativa branscher betyder detta att arbetet inte styrs av kapitalistiska krav och intressen, utan medarbetaren kan själv välja i vilken utsträckning hen deltar i kommersiella aktiviteter. Hoedemaekers (2018) hävdar dock att autonomi inom kreativa industrier är förskönat även om det har en stark koppling till personlig skicklighet och virtuositet. I och med att artister och hantverkare ofta drivs av en vilja att bli legitimerade och prestigefulla aktörer på marknaden låter de sig styras av konsumenterna.

Även om kreativa arbeten är starkt kopplade till professionell autonomi visar Hoedemaekers (2018) i sin forskning om musiker att även samarbete med andra utgör en väsentlig del av kreativa arbeten. Inom kreativa branscher värdesätts både nätverk med andra aktörer inom den egna branschen och kontakt med publiken eller konsumenterna (Hoedemaekers, 2018). Inom musikbranschen styrs arbetet av publiken och musikerna adapterar deras verk enligt marknadens behov och tycke (Hoedemaekers, 2018). Banks

(2010a) poängterar dock att medarbetare inom kreativa branscher har möjligheten att själv styra i vilken grad de låter sig påverkas av konsumenterna och den kapitalistiska marknaden.

Vad som egentligen räknas som kreativa arbeten är svårt att definiera, eftersom alla arbeten i någon utsträckning influeras av kreativitet (Umney & Kretsos, 2014). Enligt Smith och McKinlay (2009:4) utmärks kreativa industrier av att de i någon utsträckning karaktäriseras av innovation, risk, osäkerhet, performativitet och differentiering från massproduktion. Gill och Pratt (2008) hävdar att kreativa industrier i allmänhet producerar immateriellt arbete, det vill säga t.ex. service, kunskap eller kulturella produkter. I praktiken betyder detta att arbete idag alltmer handlar om att styra och hantera information och om att kommunicera med andra. Enligt Gill och Pratt (2008) handlar immateriellt arbete dock även om att skapa produkter som påverkar samhället och konsumentbeteendet samt influerar mode, design och smak. Följaktligen är kreativt arbete ett assemblage av både mänskliga och icke-mänskliga element, där idéer, praktiker, innovationer, material och tekniker förenas (Duff & Sumartojo, 2017).

Enligt Banks (2010b) har modernt hantverksarbete länge förbisetts i forskning om kreativa arbeten och industrier. Miller (2019) hävdar att ölbryggning lätt sammankopplas till massproduktion och att detta har lett till att mikrobryggeribranschen inte godtagits tillhöra den kreativa industrin. I och med att arbetet på mikrobryggerier idag kännetecknas av hantverk, och eftersom företagen inom branschen står för estetik, design och kulturell medskapande, påstår jag i linje med Miller (2019) att mikrobryggerier kan klassificeras som en kreativ industri. I denna del av avhandlingen ställer jag människorna i fokus för att belysa hur arbetet i en kreativ bransch utförs både genom individen och det kollektiva, det vill säga i en gemenskap som konstruerats genom en delad livsstil och passion för hantverksöl. Människorna som befattar sig med Kahakka Brewery diskuteras ur olika synvinklar under rubrikerna den passionerade entreprenören, glamoriserad verklighet, gemenskap, skål för mikrobryggerier, en kamp mellan stora och små samt tillsammans. Kapitlet avslutas med en sammanfattning om hur historia skapas genom individen och det kollektiva.

## Den passionerade entreprenören

Klockan är 17.30, det är fredag kväll och vi sitter med Nicke och diskuterar mina upplevelser på Kahakka Brewery, eftersom det är min sista dag ute på fältet. Plötsligt stannar två stora bilar utanför bryggeriet och ett stort gäng killar stiger ur bilarna. Vi funderar vilka det kunde vara och skojar om vi borde söka fram någon rustning för att försvara oss själva ifall de är på väg att tömma vårt öllager, när Nicke inser att det var någon som ringde på förmiddagen och frågade ifall de kunde få en liten rundtur på bryggeriet. Tankspridd som Nicke är hade han dock redan glömt bort det. Tolv killar stiger in i bryggeriet och vi går och hälsar på dem. Nicke börjar rundturen med att ta dem till lagret och berättar historien bakom företaget. "Allt började egentligen när jag var på roadtrip i USA med en studentkör jag på den tiden sjöng i. Under denna resa ordnade jag en liten mikrobryggerirundtur åt medresenärerna. Det var där min passion för hantverksöl väcktes på riktigt, jag blev inspirerad och förälskad i hela grejen och ölkulturen där. När jag sedan efter resan satt en dag på Strampen i Vasa och drack min Carlsberg, som man vanligt gjorde, saknade jag det jag fått uppleva och smaka i USA. På resan väcktes idén och i den stunden på Strampen formades den. Så småningom började jag drömma om ett eget bryggeri. Några år gick, medan jag och några vänner sökte efter en lämplig lokal för en bryggerirestaurang. Tyvärr hittades dock inget bra och flera år gick utan att något hände. När vi slutligen gav upp idén om en bryggerirestaurang hittade vi ganska snabbt en lokal där ett bryggeri kunde grundas och här står vi idag". Killarna skrattar och lyssnar intresserat och jag står längre bort i hörnet och ser stolt på Nicke. Det är i dessa stunder jag upplever att Nicke är i sitt element; glädjen och kärleken för mikrobryggeribranschen strålar i hans ögon när han får prata om sitt företag och jag är glad över att jag får vara med på ett hörn. (Utdrag ur fältdagboken, 21.2.2020)

Kahakka Brewery är slutprodukten av Nickes passion för hantverksöl. Längre var ett eget mikrobryggeri bara en dröm han pratade om, men idag är det verklighet. Även om företaget ägs av flera andra aktieägare och det finns många andra personer med i verksamheten, är Nicke individen och aktören som står i centrum och som lagt grunden till det hela. Utan hans engagemang, passion och intresse skulle Kahakka Brewery inte

finnas och verksamheten skulle inte utvecklas. Detta går i linje med även andra kreativa branscher, där det ofta finns en individ, en artist eller en hantverkare, i kärnan av arbetet och som genom sitt entreprenöriella handlande startat ett eget företag (Fenwick, 2002; Banks, 2010a; Biraglia & Kadile, 2017).

Många forskare har varit intresserade av att förstå entreprenörens identitet och passion, som driver dessa personer att starta ett eget företag (se exempelvis Murnieks, Mosakowski & Cardon, 2014; Cardon, Wincent, Singh & Drnovsek, 2009; Biraglia & Kadile, 2017). Cardon m.fl. (2009) påstår att passion är en dominerande och utmärkande egenskap hos entreprenörer. De menar att entreprenörer upplever starka positiva känslor, en slags passion, när de arbetar med entreprenöriella aktiviteter. Murnieks m.fl. (2014) fann också att personer som ser sin entreprenöriella identitet som en central del av sin självidentitet upplever starkare passion för sitt arbete än andra företagare.

Enligt Miller (2019) är det vanligt inom mikrobryggeribranschen att en stark passion för hantverksöl är den främsta drivkraften för att grunda ett eget mikrobryggeri. Dessa personer har kunnat uppleva ett missnöje i sina tidigare arbeten, vilket har lett till att de varit villiga att offra en säker arbetsplats med stabil lön för ett mer meningsfullt och fängslande arbete i en osäker bransch (Miller, 2019). Enligt Arvidsson, Malossi och Naro (2010) förekommer detta relativt ofta inom kreativa branscher, där arbete har börjat värderas högre för dess inverkan och bidrag på ens identitet och livsstil, framom monetära belöningar. I diskussioner med andra mikrobryggare, såväl på ölfestivalen jag tog del av som i andra sammanhang, har dessa personer i linje med Nicke nästan alltid lyft fram deras intresse för hantverksöl som den främsta orsaken till att de grundat ett eget mikrobryggeri. Dessutom har dessa personer fört fram att det är viktigare för dem att få arbeta med något meningsfullt och intressant än att ha en stabil och bra lön, även om pengar är en förutsättning för att kunna arbeta med det de vill.

Enligt Gill och Pratt (2008) upplever kreativa entreprenörer en affektiv koppling till sitt arbete, eftersom dessa arbeten möjliggör självförverkligande och ett sätt att uttrycka sig själva. Följaktligen uppskattar kreativa entreprenörer att de har möjligheten att arbeta med det de vill och känner stolthet över sitt bidrag till samhället (Miller, 2019). En mikrobryggeriföretagare jag träffade på ölfestivalen i Åbo nämnde även att han vill genom sitt arbete bidra till en större förändring i samhället, där dryckeskulturen kunde

förändras från masskonsumtion till avnjutning av goda alkoholdrycker av hög kvalitet. Detta går i linje med Miller (2019) som pratar om ett socialt och kulturellt bidrag samt Gill och Pratt (2008) som menar att kreativt arbete i form av immateriellt arbete även kan handla om att påverka konsumentbeteendet och åsikter i samhället.

## *Glamoriserad verklighet*

Likt andra kreativa branscher hävdar Miller (2019) att arbetet på mikrobryggerier tenderar att glamoriseras, medan vardagen på bryggerierna är långt ifrån glamorös. I enlighet med vad jag fått uppleva under min tid på Kahakka Brewery är detta mer än sant. Största delen av Nickes vardag går åt till att släcka så kallade bränder, det vill säga lösa akuta problem. Tidtabeller och to do-listor följs sällan, för att det helt enkelt inte finns tid för det. Jag upplever arbetet på Kahakka Brewery emellertid väldigt ineffektivt, men kanske detta är vardagen för företagare inom mikrobryggeribranschen.

*Calle (Nickes familjemedlem) anländer till bryggeriet, när jag och Nicke sitter i kontoret och äter lunch. De ska göra upp en marknadsföringsplan inför december månad och en större produktlansering som ska genomföras innan jul. Nicke kollar mejlen och märker att tryckeriet som gör bryggeriets etiketter inte ännu har svarat om Winter Porter-etiketterna, även om vi tänkt lansera produkten i slutet av veckan. Han skrattar till och förklarar hur han sist skrev till tryckeriet "tässä vielä yksi viimeinen hätäinen tilaus" och hur han denna gång skrev i mejlet "tässä vielä toinen...". Han förväntar sig, obekymrad, att etiketterna ska levereras ännu samma vecka, även om tryckeriet egentligen har en leveranstid på sex arbetsdagar och Posten för tillfället strejkar.*

*Calle har tagit fram ett stort vitt papper på det lilla bordet i kontoret och skrivit **MARKETING PLAN** i mitten av pappret och ritat en rund ring runt omkring. Calle undrar hur stor omsättning den stora lanseringen förväntas ha totalt, för att han ska kunna räkna ut en budget för marknadsföringen. Tillsammans med Nicke försöker de få ihop en godtycklig beräkning, men inser att projektet förmodligen kommer göra en minusvinst. Calle rullar på ögonen och ser passligt road ut när Nicke utbrister "he e som di bruk säg på staan,*

*ainakin sillä on työllistävä vaikutus” och vi alla utbrister i högljutt skratt. (Utdrag ur fältdagboken, 18.11.2019)*

I och med att Nickes arbetsdagar långt går ut på att släcka bränder resulterar detta i att saker och ting utförs i sista minuten, alltid. I utdraget ovan påvisas Nickes tidsoptimism. Även om posten strejkar och tryckeriet har en leveranstid på sex arbetsdagar förväntar sig Nicke att allt ska ordna sig och att etiketterna ska levereras i tid. Denna gång, som tur är, hade Nicke rätt och etiketterna levererades bara några timmar innan lanseringen. Det är frågan om samma etiketter som jag sedan etiketterade i all hast, vilket presenterades i utdraget ur fältdagboken i den andra delen, under rubriken arbetets degradering. Enligt Gill och Pratt (2008) karaktäriseras arbetet i dagens samhälle av osäkerhet och utmaningar. Även om Nicke är en evig tidsoptimist hör uttryck som ”ei muuta kuin leuka rintaan ja uusia pettymyksiä kohti” och ”sitä tämä yrittäjäys on, jatkuvaa yrittämistä” till hans dagliga vokabulär. Med andra ord har Nicke godtagit arbetets osäkerhet och att motgångar är en del av vardagen inom mikrobryggeribranschen. Även detta åskådliggörs i utdraget ovan, där Nicke skojar bort en produktlansering, som beräknas göra förlust, med att det i alla fall sysselsätter honom en tid framöver.

Enligt Millers (2019) undersökning om arbetet på mikrobryggerier i USA tvingas mikrobryggare vara mångsysslare på grund av småskalig verksamhet, på samma sätt som andra småföretagare (Åstebro & Thompson, 2011). En stor del av arbetet är inte kreativt utan handlar om vardagliga uppgifter som städning, möten, inventering, etc. (Miller, 2019), vilket även är min uppfattning på Kahakka Brewery. De olika arbetsrollerna och sysslorna som Nicke handskas med på bryggeriet exemplifieras även i hans e-post underskrift från ett år tillbaka, där han en tid signerade sina e-post med frasen ”Ystävällisin terveisin, Nicke – Toimitusjohtaja, olutmestari, siivooja”. Genom denna underskrift tydliggör han sin roll i företaget som mångsysslare, som tar hand om både företaget och ölbryggningen, men även vardagliga sysslor som städning i bryggeriet.

Som tidigare nämnt inträds kreativa branscher ofta genom en hobby som senare förändras till ett arbete (Luckman, 2015). Inom mikrobryggeribranschen har intresset för ölbryggning ofta utvecklats genom hembryggning, där en stimulerande och kreativ miljö framkallat entreprenöriella idéer som sedan utvecklats till handlingar (Biraglia & Kadile, 2017). Detta kan även påstås vara fallet för Nicke på Kahakka Brewery. I årtal, redan

innan bryggeriet grundades, höll han på med hembryggning för att lära sig mer om ölbryggning och för att det helt enkelt var en rolig fritidsaktivitet. Detta intresse lever fortfarande kvar. Även om Nicke håller på med hembryggning för att produktutveckla nya ölsorter för företaget, tror och vet jag att han gör detta mer än gärna. Nicke har alltid varit en person som vill lära sig mer, eller till och med lära sig allt som finns att kunna, om det han är intresserad av. Att förvärva kunskap på detta vis är enligt Giddens (1991) ett sätt att forma sin identitet i dagens samhälle där jaget skapas reflektivt.

Inom kreativa branscher förekommer det ofta att ens arbete tar över ens liv och således suddas gränsen mellan arbete och fritid (Gill & Pratt, 2008). Gill och Pratt (2008) hävdar att människan blir en del av en social fabrik utan väggar, där arbetet inte begränsas av varken tid eller plats. Det vill säga arbete kan utföras till exempel på arbetsplatsen, hemma, hos samarbetspartners och dessutom digitalt, vilket möjliggör (och tvingar) att arbeta dygnet runt. Företaget Kahakka Brewery utgör en stor del av Nickes liv. På bryggeriet spenderar han långa dagar ofta minst sex dagar i veckan, medan olika möten med aktieägarna för det mesta äger rum digitalt sent på kvällarna. Därtill hävdar Nicke att de bästa visionerna och idéerna uppstår när han är ledig och håller på med något helt annat. Gill och Pratt (2008) poängterar dock att kreativa entreprenörer som är passionerat engagerade i sina arbeten vill spendera sin tid på arbetet och t.ex. tillbringa sin fritid med likasinnade personer såväl fysiskt som digitalt.

Flera studier har visat att människor inom kreativa branscher är villiga att arbeta under dåliga och osäkra arbetsförhållanden, eftersom de motiveras av både artistiska och emotionella belöningar (se exempelvis Miller, 2019; Umney & Kretsos, 2014; Hoedemaekers, 2018; Hesmondhalgh & Baker, 2010). Enligt Sennett (2008) kan sådana belöningar t.ex. vara hög arbetstillfredsställelse, stolthet över sitt arbete och möjligheten till kreativt självförverkligande. Enligt Umney och Kretsos (2014) existerar dock spänningar mellan artistiska och ekonomiska målsättningar, eftersom företag behöver inkomster för att vara verksamma och kreativa entreprenörer behöver någon slags ersättning för att klara sig. I nedanstående utdrag ur fältdagboken exemplifieras en situation där en sådan spänning uppstår.

*Vi sitter i kontoret. Nicke svarar på mejl, Markus läser något på sin laptop och jag skriver fältanteckningar på min egen dator, när även Antti kommer in till*



kontoret med lunch han hämtat åt sig. Nicke svänger sig om och frågar ifall någon har smakat på portern som mognar i öltanken och ifall den förändrats alls sen sist. Markus svarar att han nog smakat på den, men att den inte ändrat värst mycket, den är fortfarande ganska sur. Nicke förklarar att han tror att den nog skulle behöva mer tid att mogna, men på grund av företagets cashflow skulle den nya produkten behöva lanseras så snabbt som möjligt. Han grubblar över ifall produkten ändå kunde släppas på marknaden redan, även om de inte är helt nöjda med den ännu. Han konstaterar att det inte går riktigt i enlighet med företagets standarder att lansera en produkt som de inte är helt nöjda med, bara för att företaget behöver pengar i kassan. Efter detta konstaterande börjar han skratta och frågar oss andra ”was that the biggest lie ever, isn’t that what we do all the time?”. Jag och killarna småskrattar lite obekvämt, men kommenterar inte hans konstaterande desto mer. (Utdrag ur fältdagboken, 19.2.2020)

I detta utdrag är det uppenbart att hantverkarens och företagets målsättningar och behov står i motsättning till varandra. Nicke vill ogärna lansera en produkt som han inte är helt nöjd med, samtidigt som företaget behöver inkomster som den nya produkten kunde generera. Med andra ord innehar hantverkaren kontrollen av produkten, men ekonomiska krafter styr hans resonemang (Thompson, Jones & Warhurst, 2007). I linje med Banks (2010a) kan entreprenörer inom kreativa branscher själv välja i vilken utsträckning de låter sig styras av kapitalism, men dessa spänningar är inte alltid lätta att handskas med.

## Gemenskap

Som det redan framkommit opererar Nicke inte ensam. Kahakka Brewery har sammanlagt 10 aktieägare och därtill arbetar två timanställda medarbetare på bryggeriet, vissa studeranden från Yrkeshögskolan Centria utför sina praktikperioder på bryggeriet och dessutom hjälper en hel del familj och vänner till. Tillsammans skapas således en gemenskap, där Nicke är nyckelfiguren. Enligt Rodgers och Taves (2017) karaktäriseras mikrobryggerier av en slags vänskap, där den sociala dynamiken består av samarbete, förtroende och en praxisgemenskap, där noviser genom deltagande i en gemenskap blir lärda.

Det är lördag morgon och idag ska aktieägarna samlas vid bryggeriet för möten av olika slag och senare blir det lillajulsfest tillsammans med medarbetarna. När aktieägarna droppar in en efter en hälsar de broderligt på varandra, kramas och frågar hur läget är och hur familjen mår. Nicke kommer in med några plastpåsar fyllda med bullar, batong, choklad, chips och några flaskor läsk, så att vi ska orka igenom den långa dagen. Klockan 10 sätter vi oss ner vid det stora konferensbordet i fabriksbutiken med varsin kaffekopp framför oss. Nicke öppnar mötet och stämningen i rummet förändras. Nicke har i förväg tilldelat uppgifter åt var och en under mötet och emellertid känns det som ett riktigt seriöst möte. Nicke är ordförande, en agerar som sekreterare, en håller tiden och jag ska försöka hålla diskussionen saklig och väsentlig. Vi börjar med ett möte om nästa års budget. En av aktieägarna som bor i Sverige, leder detta möte på distans genom Googlemeets, eftersom han har bäst koll på siffrorna i företaget. Han har förberett mötet väl genom att rada upp förra räkenskapsårets kostnader och intäkter på ett Google Docs dokument. Mötet flyter på väl förutom emellanåt när någon avbryter eftersom de inte förstår, inte lyssnat eller inte är pålästa. Stämningen varierar mellan seriös budgetdiskussion, skratt och skojande samt osäkerhet och viskningar. Mitt i mötet kommer en av aktieägarna in till bryggeriet. Han har varit på fest igår och verkar därför lite trött idag. Tiden börjar ta slut och vi avslutar mötet innan budgeten officiellt slagits fast.

Efter en kort paus sätter vi oss igen vid konferensbordet och Nicke presenterar målet för nästa möte. Målet är att utforma en försäljnings- och marknadsföringsstrategi för nästa år. Under detta möte är även Calle med på distans genom telefonen, eftersom han är den aktieägare som hittills haft ansvaret för marknadsföringen. En kvart in på mötet stiger ett gäng utomstående in i bryggeriet, som Nicke har lovat ge en rundtur till. Nicke går in till produktionen med gänget och vi resten sitter lite förundrade kvar vid bordet. Vi försöker få till stånd en givande diskussion och fortsätta arbetet med strategiplaneringen, men inser snabbt att detta inte kommer att bli bra utan Nicke och bestämmer oss för att ta en paus, även om dagens tidtabell rubbas.

*Under pausen anländer även Markus och Antti till bryggeriet. De sätter sig vid sidobordet i fabriksbutiken och öppnar varsin öl. De är här för lillajulsfesten, men Nicke har informerat dem om att de gärna kunde delta på det sista mötet, som handlar om produktion, alltså deras arbete. Vad som ska produceras, när och i hur stor skala ska diskuteras. Vi summerar snabbt diskussionen om en försäljnings- och marknadsföringsstrategi, som lämnade på hälft, och väljer att istället påbörja det sista mötet. Nicke listar upp alla gamla och kommande inplanerade produkter på en gammal whiteboard som definitivt inte är värst vit längre, utan fylld av suddiga gamla tuschfläckar och text som permanent lämnat kvar i bakgrunden. Det är en stor kontrast mellan detta möte och dagens första möte. Nu har kaffekopparna bytts ut mot ölflaskor, färdigt förberedda dokument på Google Docs har substituerats med den smutsiga whiteboarden och mötet liknar mer en avslappnad brainstorming-session där vi fantiserar oss iväg om vilka produkter kommer vara en succé och vad dessa produkter kommer säga om Kahakka Brewery som företag. (Utdrag ur fältdagboken, 16.11.2019)*

Som det märks i utdraget är det svårt att diskutera och genomföra något, utan att Nicke är med. Det är han som har koll på det mesta och hans bidrag väger mest. Denna gång flöt diskussionerna på mellan aktieägarna relativt bra och mycket blev bestämt, eftersom flera aktieägare var samlade på en plats. I den dagliga verksamheten på bryggeriet uttrycker Nicke dock ofta sin frustration över att inget händer, eftersom det inte finns en operativ grupp som arbetar på bryggeriet dagligen och som kan ta beslut där och då. Istället förs diskussioner genom kommunikationsplattformen Slack och vad jag har kunnat följa med är dessa diskussioner ofta endast en monolog av Nicke. Under min tid på bryggeriet blev även jag irriterad på detta, eftersom vissa arbeten inte kunde genomföras innan aktieägarna godkänt förslagen eller på grund av att någon annan aktieägare satt med väsentlig information som behövdes för verkställandet av något på bryggeriet.

I utdraget ovan porträtteras även en broderlig gemenskap som utspelas i en kontext av affärsverksamhet, likt det Rodgers och Taves (2017) upptäckte i deras studie. Aktieägarna är en grupp vänner och Nicke har full förståelse för att de andra deltar i Kahakka Brewerys verksamhet i den grad de har möjlighet. Nicke är den enda personen som arbetar på

Kahakka Brewery på heltid, medan de andra deltar i mån av möjlighet vid sidan om sina egna arbeten och sina familjer. Däremot finns det vissa aktieägare som har ansvaret för t.ex. redovisning, marknadsföring och webbdesign, vilket leder stundom till ineffektivt arbete på bryggeriet och skadar således affärsverksamheten.

## *Skål för mikrobryggerier*

På mikrobryggerier, till skillnad från de flesta andra företag, utgör ölbrickande en del av arbetet. Med andra ord är mikrobryggerier en unik arbetsmiljö där alkohol är en del av vardagen. Enligt Nicke är smaksinnet bryggarens viktigaste egenskap och redskap för kvalitetsgranskning. Genom att smaka på produkterna och analysera smakerna kan brister och fel upptäckas, som ingen maskin eller icke-mänskligt redskap skulle kunna identifiera. Ölbrickande fungerar även som ett avbrott till det fysiska arbetet och är en slags ritual som förekommer i organisationskulturen. Detta presenteras i följande utdrag.

*När jag återvänder till bryggeriet efter lunch sitter Nicke i kontoret, han svarar på mejl och funderar på vad han ska göra idag. Markus kommer in och Nicke tycker att vi ska smaka på Winter Portern som inte än lanserats. Nicke går till lagret och hämtar en flaska, öppnar och håller upp den mörka drycken i tre glas. Han smakar på ölet och utbrister "wow, have we made this" med en nöjd blick och ett brett leende på läpparna. Markus sitter och njuter av sin dryck och nickar belåtet. Han frågar Nicke ifall Dark Lagern de gjort kommer skilja sig mycket från denna dryck och Nicke svarar att det är klart den kommer, de är ju helt olika. Nicke stiger upp och hämtar en flaska av Dark Lagern. Under tiden säger Markus åt mig tyst på engelska, 'det är klart de kommer smaka olika men jag vill dricka mer öl... jag kom egentligen hit för att dricka kaffe, med detta var ju ännu bättre'. (Utdrag ur fältdagboken, 12.11.2019)*

Enligt Thurnell-Read (2017) dricker ölentusiaster på ett civiliserat och socialt sätt. Detta betyder dock inte att mängderna de dricker skulle vara små, utan enligt nationella riktlinjer överstiger användningen av alkohol hos dessa personer de begränsningar som satts upp för trygg förbrukning av alkoholdrycker (Thurnell-Read, 2017). Nicke berättade en gång att under en hälsoundersökning hade hans förbrukning av alkoholdrycker noterats, eftersom det är normalt att han smakar på öl dagligen på jobbet, även om

mängderna är väldigt små. Ur ölentusiasternas synvinkel karaktäriseras dock civiliserat och socialt drickande enligt Thurnell-Read (2017) av att det är självrestriktivt, kontrollerat och inbäddat i en social gemenskap.

Dessutom avnjuts hantverksöl främst på grund av dess smak och kvalitet, och inte för att uppnå en känsla av berusning (Thurnell-Read, 2017). Detta går även i linje med den diskussion jag hade med en mikrobryggeriföretagare på ölfestivalen om att han genom sitt arbete vill bidra till en förändring i sättet vi dricker alkohol i Finland, mot en riktning där alkoholdrycker avnjuts och inte masskonsumeras för att bli berusad. Däremot skojar det mycket om drickande på Kahakka Brewery och fastän drickandet på arbetet är civiliserat betyder det inte att drickandet alltid skulle vara det, som t.ex. under lillajulsfesten där syftet var att spendera tid tillsammans i en avslappnad atmosfär. I nedanstående utdrag exemplifieras förutom den avslappnade attityden till alkohol på Kahakka Brewery också hur öldricken fungerar som kvalitetskontroll. Bara genom att smaka på produkterna, kan mikrobryggare veta ifall ölet har lyckats.

*Vi sitter i kontoret och pratar om vilka produkter som ska tas med till ölfestivalen i Åbo om några veckor. Jag frågar Markus om han tycker att vi ska bara ta med special- och smaksatta öl eller också presentera något från baselinen. Enligt Markus är den nyaste versionen av pale alen ganska lyckad, enligt honom kunde den tas med för att visa bryggeriets skicklighet att göra kvalitetsmässiga basvaror, även om det är viktigt att visa att bryggeriet är intressant och nytänkande genom att ta med också speciella produkter. Jag berättar åt Markus att pale alen var tidigare min favorit av Kahakka Brewerys produkter, men att jag tycker att den inte på länge har uppnått samma nivå som tidigare. Nicke sitter och lyssnar på vår diskussion och blir nyfiken på att smaka på pale alen. Han hämtar en flaska och håller upp den för oss att smaka. Jag och Nicke luktar på drycken och den doftar faktiskt god och fresh. Jag smakar på den och ler, den har verkligen lyckats återigen. Markus ger mig blicken 'vad var det jag sa' och säger 'just wait until you open the next bottle, it will be even better', vilket får oss alla att utbrista i ett gott skratt. (Utdrag ur fältdagboken, 20.2.2020)*

Enligt Rodgers och Taves (2017) skapar ett intresse för hantverksöl en social gemenskap där ölentusiaster och mikrobryggare dricker öl tillsammans, pratar om öl och delar kunskap om tekniker och metoder. Ölfestivalen i Åbo är ett exempel på detta. Mikrobryggerier deltog i festivalen både på grund av att få träffa konsumenter som är intresserade av hantverksöl och för att få träffa andra mikrobryggare. Under festivalen var det vanligt att mikrobryggeriföretagare gick runt och smakade på andra företags produkter, för att vidare inspireras av deras öl och för att diskutera och dela kunskap om hur produkterna tillverkats. Tillställningen var ändå en lugn och avslappnad miljö, som präglades av en civiliserad dryckeskultur (Thurnell-Read, 2017).

### *En kamp mellan stora och små*

I Rodgers och Taves (2017) studie hade en mikrobryggare jämfört gemenskapen mellan mikrobryggare med konstruktionen av stammar eller folkgrupper, där hantverksöl förenar människor. Enligt Maffesoli (2016) skapas kollektiv eller stammar (eng. *tribes*) genom att människor identifierar sig med andra och delar ett gemensamt intresse eller smak för något. Inom sådana kollektiv värderas gemenskap och samarbete, och dessa formas genom emotionella band framför rationella (Maffesoli, 2016).

Inom mikrobryggeribranschen ser mikrobryggare varandra snarare som samarbetspartners än konkurrenter. Samarbete stöder mikrobryggeriernas verksamhet och därför väljer mikrobryggare att inte se varandra som konkurrenter. Enligt Bengtsson och Kock (2000) gynnas företag av ett strategiskt samarbete (eng. *coopetition*), där två aktörer både konkurrerar och samarbetar med varandra samtidigt. Enligt Nicke finns det i slutändan inte så många mikrobryggare i Finland och därför formar de en relativt tät gemenskap. Rodgers och Taves (2017) menar att mikrobryggare har ett gemensamt motiv, som är att producera hantverksöl av hög kvalitet och god smak. Därför hjälper de varandra att utvecklas genom att dela kunskap och åsikter sinsemellan. Detta går även i linje med Lundgren-Henriksson och Kock (2016) som fann i deras undersökning om strategiskt samarbete i den finska mediabranschen att en positiv attityd för strategiskt samarbete kan grunda sig på ett gemensamt mål. Aktörer som ser ett kulturellt värde i att samarbeta med konkurrenter upplever strategiskt samarbete som en bra sak (Lundgren-Henriksson & Kock, 2016).

Enligt Coulson (2012) karaktäriseras musikbranschen till en stor del av samarbete med andra aktörer. Genom kollaboration inspireras musikerna och genom att sammanföra deras skicklighet och talang kan något helt nytt skapas. Skicklighet utvecklas individuellt, men genom samarbete skapas en gemenskap eller ett kollektiv som stöder kreativitet, inläring och musicerande och därför värderas kooperativa nätverk framför individuell framgång (Coulson, 2012). Således skapar gemenskapen inom musikbranschen en trygg plats där aktörerna fritt kan uttrycka sin identitet och livsstil (Coulson, 2012), och kan dela kollektiva känslor (Maffesoli, 2016). Dessutom stöder och förstärker samarbete mellan aktörer inom en bransch genomförandet av en kollektiv aktivitet eller agenda (Fenwick, 2002).

Konkurrens inom ölindustrin upplevs enligt mikrobryggarna vara en kamp mellan ”de stora” och ”de små”, det vill säga mellan massproducenterna och mikrobryggerierna, vilket följaktligen stöder tanken om en kollektiv agenda (Fenwick, 2002) och strategiskt samarbete mellan mikrobryggerier ur ett större perspektiv (Rogers & Taves, 2017). Detta är även något Nicke pratar mycket om och som jag tidigare nämnt har företagsnamnet Kahakka Brewery även inspirerats av en kamp mellan de stora och starka samt de små och svaga. Inom mikrobryggeribranschen är den stora agendan, vid sidan om att producera god öl av hög kvalitet, också att vinna marknadsandelar av massproducenterna som dominerar ölindustrin i Finland (Hyrylä, 2018). Som mikrobryggare jag samtalat med har uttryckt vill de förändra konsumentbeteendet så att öl skulle ses som en exklusiv njutningsdryck och inte ett rusmedel som masskonsumeras. Detta skulle vidare stöda mikrobryggeriernas verksamhet och förstärka deras position i jämförelse till massproducenterna. Forskning visar dock att mikrobryggerierna har öppnat upp en ny ölmarknad där massproducenterna inte deltar (Carroll & Swaminathan, 2000; Danson m.fl., 2015), vilket egentligen inte stöder mikrobryggarnas resonemang.

Enligt Maffesoli (2016) skapar stammar en trygghet genom samhörighetskänsla i en djungel av sociala fenomen. Således kan samarbetet mellan mikrobryggerier, som agerar i en osäker bransch, skapa trygghet i den gemensamma kampen mot de stora aktörerna. Sociala band tar form genom en delad passion för hantverksöl inom mikrobryggeribranschen och enligt Maffesoli (2016) legitimeras denna passion inom stammen, vilket möjliggör att dessa personer kan fritt uttrycka sin livsstil och identitet i

en trygg gemenskap. Bell och Vachhani (2019) menar att hantverk kan förstås som en plats där en persons känsla eller passion för hantverksprodukter korsar med andra personers kroppar, varifrån detta förvandlas till en gemensam affekt. Med andra ord skapar affekt en plats för människor med samma intressen att mötas i en delad känsla för hantverksprodukter (Bell & Vachhani, 2019). Dessutom skapar stammar en slags plattform där traditioner och praktiker kan formas, som vidare förstärker gruppens gestalt ur ett större perspektiv (Maffesoli, 2016).

Nu mer än någonsin under coronaviruspandemin har mikrobryggerierna förenats som en sammansvetsad front som kämpar för överlevnaden av hela mikrobryggeribranschen. På grund av coronaviruspandemin har distribution genom restauranger och barer stoppats, vilket enligt Hyttinen (2020) är den största försäljningskanalen för mikrobryggerier. Därtill har ölfestivaler inställts och försäljningen direkt från bryggerierna har minskat (Hyttinen, 2020). Till följd av detta har mikrobryggerierna i Finland, med Pienpanimoliitto (ett förbund som arbetar med att förbättra verksamhetsförutsättningarna för mikrobryggerier i Finland) i fronten, vädjat om en förändring i den finska alkohollagstiftningen för att kunna påbörja distansförsäljning och hemleverans av hantverksöl (Lehtinen, 2020).

## *Tillsammans*

Genom att köpa hantverksprodukter kan konsumenter förvärva en slags förhålligad identitet påstår Luckman (2015), och Miller (2019) hävdar att konsumenter rentav kan erhålla en framstående position i ett socialt sammanhang och distansera sig från massan genom att köpa autentiska produkter. Med andra ord kan en konsument bli en del av en exklusiv gemenskap genom att köpa t.ex. hantverksöl. Enligt Thurnell-Read (2014) upplever ölbryggare tillfredsställelse och en mening med arbetet när de får höra vad konsumenter tycker om deras produkter och när de ser hur de njuter av dem. Detta är något som är extra viktigt för Nicke och Kahakka Brewery som företag. Från första början har företaget haft tanken om att konsumenterna bör kunna föra fram sina åsikter om Kahakka Brewerys produkter på ett enkelt sätt och följaktligen kunna påverka slutresultatet. Detta belyses även genom bryggeriets hashtag som använts sedan verksamheten började, det vill säga #bryggdilag #yhdeäpantu som står för samarbete.



*Det är fredag och det betyder att bottleshoppen är öppen. En ung man kommer in till bryggeriet och jag tar emot honom. Jag misstänker att Nicke känner igen hans röst, eftersom han snabbt också kommer till shoppen för att betjäna mannen. Det visar sig att han är en av våra trogna fans, som Nicke inte personligen känner men som redan en längre tid visat ett stort intresse för Kahakkas verksamhet. Han och Nicke diskuterar det ena och det andra och Nicke frågar intresserat vad han tyckt om de öl han smakat och vilka förbättringar som kunde göras på dessa. När mannen handlat färdigt ber Nicke honom vänta ännu en liten stund medan han går in till lagret för att hämta något. Mannen småler glatt och säger åt mig att detta ofta händer när han är här och handlar. Efter en stund kommer Nicke tillbaka med några oetiketterade flaskor, som endast är märkta med en bit målartejp och slarvig stil, vilket informerar om vad flaskan innehåller. Dessa flaskor är testbatches från olika hembryggningar Nicke gjort för att produktutveckla nya ölsorter. Han ger dessa åt mannen och ber honom återkomma med feedback. Efter att mannen gått går Nicke tillbaka till lagret och jag sätter mig i kontoret. När Nicke kommer till kontoret har han med sig några glas, en liten ölkeg och en slang. Han säger att han blev så inspirerad av mannens kommentarer och funderingar att han vill att vi ska smaka på några andra testbatcher på en gång. (Utdrag ur fältdagboken, 21.2.2020)*

I detta utdrag belyses vikten av konsumenternas åsikter och feedback. Nicke frågar, lyssnar och inspireras av de kommentarer han får. Ibland funderar han ifall hans smaksinne har utvecklats i en riktning som endast identifierar problem och felsmaker i de öl han dricker, en så kallad yrkesskada, vilket gör att han inte kan skapa en helhetsbild av produkterna. Därför är det viktigt att höra vad konsumenterna tycker och tänker, särskilt eftersom det är de som köper mikrobryggeriernas produkter. På Kahakka Brewery har det redan länge pratats om att skapa en medlemsgrupp, som ölentusiaster och företagets anhängare kunde gå med i. Således skulle dessa "1000 true fans" eller också så kallade "Kahakkalaiset" kunna delta i utvecklandet av nya produkter genom deras insats, redan innan produkterna lanseras. I nuläget realiseras denna tanke endast genom produktutvecklingsserien Brewlab, där konsumenterna får möjligheten att rösta mellan två öl av samma sort, som producerats på två olika sätt eller genom att använda två olika

ingredienser, som t.ex. tillsatt smak, humle eller jäst, för att avgöra vilket som ska gå vidare och slutligen bli en ny öl i bryggeriets sortiment.

Ett sätt att få synlighet för mikrobryggerier och framför allt för att träffa konsumenter som köper mikrobryggeriers produkter är att delta i olika evenemang (Miller, 2019), likt ölfestivalen i Åbo som vi deltog i med Nicke. Med honom har vi pratat och funderat mycket på fördelarna och lönsamheten med olika slags evenemang. Rent inkomstmässigt är vår upplevelse att de sällan är väldigt lönsamma eftersom det kräver mycket förberedelser och arbete, men samtidigt är min uppfattning att många mikrobryggerier ser deltagandet i olika festivaler som en ren inkomstkälla. Jag tror att de största fördelarna realiserar på långsikt. Evenemangen ger synlighet samt en ypperlig möjlighet att träffa andra mikrobryggeriföretagare och ölentusiaster för att diskutera hantverksöl i minsta detalj och branschen överlag. Ölfestivaler kan alltså framkalla nya idéer och stöda arbetet i en kreativ bransch.

Enligt Adkins (2005) berättigas kreativt arbete genom effekterna hos publiken. Det vill säga kreativa arbeten är motiverade ifall konsumenterna visar ett intresse för slutprodukten som skapas. Detta är egentligen ganska uppenbart, eftersom om ingen köper ett mikrobryggeris produkter kan de inte driva affärsverksamhet. Således kan det påstås att även om hantverkaren innehar kontrollen över slutprodukten som skapas genom kreativt arbete, styr konsumenterna och inköpare arbetet, eftersom hantverkaren bör adaptera sitt agerande i enlighet med dessa (Thompson m.fl., 2007). Thompson m.fl. (2007) hävdar att kreativa arbeten indirekt styrs av kapitalism, medan Adkins (2005) framhåller konsumenterna och relationerna att ha mest inflytande på hantverkarens arbete.

## *Individen och det kollektiva – Där historia skapas*

I dagens postindustriella samhälle har arbetets karaktär förändrats och i samband med det har även människans relation till sitt arbete omformats. Idag förekommer alltmer flexibla arbetslösningar och arbetsmarknaden kännetecknas bland annat av osäkerhet, osunda arbetsförhållanden, informella arbetsmiljöer, entreprenörskap och samarbete. Enligt Gill och Pratt (2008) kan många likheter mellan kreativa arbeten och hur det är att arbeta i

dagens samhälle identifieras och därför kan en förståelse av människans relation till sitt arbete skapas genom att studera kreativa branscher. Det pratas om en mikrobryggerirevolution, där antalet mikrobryggerier i Finland ökat drastiskt och intresset för hantverksöl väckts bland konsumenterna. Som en del av den kreativa industrin har mikrobryggerier uppstått till följd av en passion för hantverksöl och bedrivs genom både det individuella och kollektiva. Konkurrensen inom ölindustrin är dock hård och massproducenterna dominerar fortfarande marknaden.

Denna del av avhandlingen har handlat om människor som arbetar och tar del av mikrobryggeribranschen i det postindustriella samhället där individen fått möjligheten att själv välja sin väg och forma sin identitet i enlighet med sin livsstil (Giddens, 1991). I denna del har jag fokuserat på nutid och även om jag inte tillämpat parakronism på samma sätt som i de föregående delarna har historia varit närvarande på andra vis. Enligt Wadhwani m.fl. (2018) påverkar historia hur människor upplever nutid och vilka förväntningar de har för framtiden. Likväl kan det förflutna användas både som en inspirationskälla och kunskapskälla för framtida beslut (Wadhwani m.fl., 2018). Enligt Bauman (2000) är utveckling och framsteg beroende av självsäkerhet i nutid och inte av egenskaper och händelser i det förflutna. Utveckling handlar således om förtroende inom en social gemenskap och tro på en gemensam framtid (Bauman, 2000).

I denna del har jag visat hur drömmen om ett eget bryggeri väckts och utvecklats till verklighet genom en individs upplevelser och tillsammans med andra människor som delat ett gemensamt intresse och en framtidstro. Enligt Wadhwani m.fl. (2018) uppstår och formas en känsla av tillhörighet genom en gemensam eller delad historia. På Kahakka Brewery genomförs en stor del av arbetet genom samarbete inom organisationen, mellan personer som känt varandra en längre tid. Wadhwani m.fl. (2018) hävdar att organisationer genom konstruerade traditioner skapar en gemenskap som individer identifierar sig med och således är de villiga att offra sin tid för bevarandet av den sociala samhörigheten. Enligt Thurnell-Read (2016) kan ens identitet konstrueras genom en passion för hantverksöl, vilket vidare skapar en slags gemenskap på ett större plan. På Kahakka Brewery utförs arbetet också i samarbete med andra mikrobryggerier och tillsammans med konsumenterna. Alla dessa människor delar en historia och använder det förflutna för att skapa förutsättningar för en framtid. Maffesoli (2016) påstår att det

finns något nostalgiskt i återgången till det kollektiva, där människor samarbetar för ett gemensamt mål tillsammans, istället för att sträva för individuell framgång. Följaktligen blir en affekt för hantverksöl och gemenskapen den känslan gestaltar ett sätt att upprätthålla mikrobryggerikulturen i vårt samhälle (Thurnell-Read, 2016). I nutid skapas historia.



## Avslutande diskussion

I detta avslutande kapitel är det dags för mig att stiga ut ur fältet, knyta ihop säcken, reflektera över processen och rikta blicken framåt. Med andra ord förenas de tre separata delarna denna avhandling består av till ett och således presenteras avhandlingens bidrag ur ett större perspektiv och vad vi kan lära oss av studier som denna avhandlas. Därtill diskuteras kvaliteten av denna avhandling, min forskarroll och etiska aspekter. Kapitlet avslutas med förslag till fortsatt forskning.

## Lärdom

Enligt Coffey (1999) har postmoderna perspektiv öppnat upp för en acceptans för att se och tolka sociala sammanhang från en mångfald av perspektiv samtidigt. Enligt min mening är detta precis vad jag har gjort. I denna avhandling har jag velat närma mig arbetet på ett mikrobryggeri från flera olika perspektiv, för att belysa en komplex vardag i en specifik miljö. Enligt Oldham och Hackman (2010) har arbetets karaktär förändrats och arbetslivet är avsevärt annorlunda idag än hur det varit förut. Jag kan inget annat än hålla med om detta, men samtidigt vill jag påstå att vissa aspekter har levt kvar och följt med från det förflutna till nutid.

Denna avhandling har genomgående handlat om juxtaposition, om att placera två föremål eller företeelser jämsides och således definiera dessa i jämförelse till varandra (Adamson, 2018). Till en början var jag nyfiken på hur vardagen ser ut på ett mikrobryggeri mer generellt och denna undran fick forma syftet av denna avhandling att bli att genom en etnografi porträttera min tolkning av vad arbetet på ett mikrobryggeri består av. I denna avhandling har jag öppnat upp för en förståelse av vardagen på ett mikrobryggeri genom juxtaposition mellan småskalighet och massproduktion, skicklighet och degradering, manuellt och mekaniskt, autentiskt och tillgjort, kreativt och rutinmässigt, ensam och tillsammans, hantverk och industri, samt det förflutna och nutid. Verkligheten är att dessa samlever, de växer sida vid sida och definieras utifrån varandra (Adamson, 2018). Den ena existerar inte utan den andra.

Organisationer är komplexa helheter och därför är det svårt att ge ett entydigt svar om vad arbetet på ett mikrobryggeri består av och hur vardagen ser ut i dessa organisationer. Organisationer skapas, de förändras och utvecklas, och allt detta sker genom individer som arbetar för att skapa mening i sina egna liv och för att uppnå gemensamma mål. I sin bok lyckas Gratton (2000) väl fånga in och formulera min syn på organisationer och hur vi borde tolka dessa:

We should view organizations as complex cognitive systems, made up of people who see and interpret the world around them, and who strive to create values which have meaning to them and coherence with the group. Our corporations are populated with individuals who are striving for meaning, trying to understand what the company is about and what they have to do to succeed. If we view organizations in this way, we must have an acute awareness of how we create meaning in our organizations, of the messages which are sent, the symbols which define our organizations, and the cues given by the policies and practices.

(Gratton, 2000:54)

Faktum är att människor blir blinda för den omgivning de agerar och lever i. Genom att ta avstånd och begrunda sig själv och det som finns runt omkring en med nya ögon och perspektiv kan en annorlunda och reviderad förståelse utformas på ett individuellt, men också på ett organisatoriskt och samhälleligt plan. Min förhoppning är att Kahakka Brewery som företag och alla dess medlemmar kan lära sig något nytt om sin organisation genom denna avhandling. Jag tror att min tolkning och granskning av Kahakka Brewerys verksamhet kan ge Nicke och de andra medarbetarna nya insikter och en bättre förståelse av arbetet de utför. Likväl tror jag att de övriga organisationsmedlemmarna, som inte till vardags vistas på bryggeriet, kan få en bättre uppfattning om vad arbetet på bryggeriet består av och hur vardagen i verkligheten ser ut. Den lärdom som jag erbjuder kan vidare användas för att utveckla och förbättra företagets verksamhet och förutsättningar i den krävande branschen de agerar i. Idag tvingas organisationerna att utvecklas i snabb takt, men som jag visat i denna avhandling kvarlever det förflutna i nutid och historia är konstant närvarande på mikrobryggerier. Eftersom tid inte är temporärt, utan gränslöst, tror jag att Kahakka Brewery skulle gynnas av att stanna upp och ta en titt på hur historia återspeglas i deras verksamhet.

## Parakronism

Genom en linjär tidsuppfattning tenderar forskare inom organisationsstudier att se på det förflutna som något som hände och lämnade kvar i det förgångna (Rehn, 2006). Följaktligen brukar anakronismer ses som misstag och förvillelser, som placerats kronologiskt fel innan sin tid (Rehn, 2006). Enligt Barnes och Barnes (1989) kan anakronismer användas för att presentera en möjlig tolkning av något och detta sätt är skäligt om det tjänar ett artistiskt syfte. Eftersom kvalitativ forskning inte söker några absoluta sanningar, utan istället strävar efter förklaring och tolkning av olika företeelser, kan anakronismer istället ses som korrekta och rimliga, och inte som misstag och villfarelser. Därför har jag valt att med hjälp av parakronism, det vill säga genom att placera något som redan hänt i ett senare skede, påvisa ett annorlunda perspektiv på tillvaron idag.

Likt Rehn (2006) har jag velat visa hur arbetet på ett mikrobryggeri idag kan förliknas med och tolkas genom att se på det som hänt tidigare, alltså genom att se på mikrobryggeriernas historia och hur arbetet omformats genom tid. Enligt min mening kvarlever vissa utmärkande drag från såväl ”hantverkstiden” och ”den industriella revolutionen” i mikrobryggeriers vardag. På grund av detta vill jag dock inte se dessa tidsperioder som statiska, historia påverkar och existerar i nutid. Således är hantverk och industrialisering inte tidsbegränsat eller något som lämnat i det förflutna. Adamson (2018) hävdar att dessa två i själva verket utformats och utvecklats jämsides. Arbete utvecklas och förändras, men de olika tidsperioderna lever kvar och formar arbetet än idag.

Rehn (2006:74) hävdar att det vore fördelaktigt att inte uppdelat ekonomin statistiskt i förindustriell, industriell och postindustriell tid, utan istället förstå tid som något dynamiskt och gränslöst. I linje med Rehn (2006) vill jag alltså påstå att arbetet på ett mikrobryggeri består av drag från den så kallade hantverkstiden, den industriella revolutionen och den nutida kreativa ekonomin, och skapar en hybrid form av arbete. Genom att tolka vardagen på ett mikrobryggeri med hjälp av parakronism kan jag alltså konstatera att arbetet på ett mikrobryggeri är mångfacetterat och paradoxalt, vilket även är utmärkande för arbete i så kallade hybrida ekonomier (Gibson-Graham, 2006; Yang, 2000).



Enligt Maclean, Harvey och Clegg (2016) finns det ett värde i att integrera historia i organisationsstudier. Historia kan stimulera forskaren att tänka på nya och spännande sätt och det öppnar upp för en tolkning av organisationer ur perspektiv som annars skulle förbises (Maclean m.fl., 2016). Till följd av tillämpning av parakronism i denna avhandling har jag insett hur en statisk uppdelningen av tid hade begränsat min tolkning av vardagen på ett mikrobryggeri. Genom att istället se det förflutna som något som lever kvar har jag kunnat se mer, samt analysera och presentera en komplex vardag ur flera perspektiv samtidigt. Följaktligen utgör avhandlingens bidrag en epistemologisk poäng: genom att se historia som ständigt närvarande i organisationer kan vardagen tolkas ur en mångfald av perspektiv, vilket öppnar upp för en fullständigare bild av vardagen i en organisatorisk kontext.

Även om forskare under de senaste åren har blivit alltmer intresserade av att förena historia och organisationsforskning (Wadhwani m.fl., 2018), påstår jag att förfarandet hur jag använt historia och tid i denna studie är sällsynt och nytänkande. I denna avhandling har jag visat hur parakronism kan användas som ett tolkningsverktyg för att samla in kunskap om organisationer och för att förstå vad som pågår inuti dessa. Därtill har jag åskådliggjort hur historia och tid kan användas för att strukturera en avhandling där en organisations verksamhet studerats ur en mångfald av perspektiv samtidigt. I denna avhandling har jag visat ögonblick av gränslös tid, genom en etnografi om vardagen på ett mikrobryggeri.

## *Hantverkandet av en etnografi*

Att göra denna undersökning och skriva denna avhandling har inneburit att jag som forskare engagerat mig i skapandet av en produkt och kan därför påstås ha blivit en hantverkare själv (Bell m.fl., 2019; Baer & Shaw, 2017). Att snickra ihop denna avhandling har omfattat ett närmande av hantverk och arbete från såväl empiriska och teoretiska perspektiv, vilket enligt Mills (1959) ligger i kärnan av vad hantverkande av samhällsvetenskaper handlar om. Som lärlingar i hantverksarbeten måste i slutet av sin lärotid producera ett mästerverk som bevis för lärlingens kunnighet och hur långt hen

kommit, måste vi inom den akademiska världen producera ett slutarbete (Baer & Shaw, 2017). Mitt mästerverk är det här, denna avhandling, min etnografi.

Enligt Baer och Shaw (2017) handlar akademiskt hantverk om en värdig och ansvarsfull strävan att skapa ny kunskap. Sådan kunskap kan uppnås genom att involvera sig i en organisatorisk kontext och genom att tolka den kontexten med alla sina sinnen (Daft, 1983). Kopplingen mellan forskning och hantverk blir uppenbar genom att se på arbetsprocessen där oväntade problem förekommer, arbetet färgas av osäkerhet och är aldrig i förväg bestämt samt där lärande sker genom försök och misslyckanden (Daft, 1983). Genom övning utvecklas yrkesskicklighet samt skicklighet att skriva och tänka. Enligt Daft (1983) är forskning ett äventyr som består av misslyckanden, överraskningar, känsla, förnuft, berättelser och kollegor. Forskning är intressant, spännande och tillfredsställande, och detta bör reflekteras under processens gång och synliggöras i slutprodukten (Daft, 1983).

Enligt Geertz (1973) handlar etnografisk forskning om att bli varm i kläderna och självsäker i en ny situation. Att skriva en etnografi var något helt nytt och främmande för mig, vilket ledde till att denna avhandlingsprocess blev en osäker och vacklande, men samtidigt spännande resa. I början kände jag mig borttappad ute på fältet som forskare, men till slut blev jag faktiskt ganska bekväm i sitsen. Den spännande resan tog dock inte slut efter att jag utträdde fältet, utan då tacklades utmaningen med att få det hela ner på papper. Enligt Alvesson och Sköldberg (2009) har författarskap och själva texten som produceras blivit en allt viktigare aspekt inom etnografiska studier. Därför uppmuntrar Alvesson och Sköldberg (2009) forskare att experimentera i skrivandet och leka med stilar och strukturer. Under avhandlingsprocessen väcktes en tanke om att göra något annorlunda. Eftersom min tolkning och mitt material kändes så omfattande och ingen röd tråd ville hittas, bestämde jag mig för att dela upp materialet i tre delar och presentera vardagen på ett mikrobryggeri ur tre olika perspektiv. Följaktligen fick *tid* bli den röda tråden, som sedan formade både strukturen av denna avhandling samt slutsatserna och mitt bidrag ur ett större perspektiv.

Att ha idéer och använda dessa utgör enligt Atkinson (2013) en väsentlig del av hantverkandet av en etnografi. Enligt Ragins (2012) är det dock viktigt att göra detta på ett förståeligt sätt som leder läsaren genom en resa som är tydlig, logisk och som följer

en rak väg. Att skriva är hantverk, men när det utförs väl blir det (en) konst (Ragins, 2012). En tydligt skriven avhandling belyser en komplex tanke och tolkning på ett enkelt och greppbart sätt. Om jag lyckats uppnå detta är inte för mig att avgöra, men denna process har i alla fall utvecklat mig och lett mig mot mognad i både mitt sätt att skriva och tänka. Enligt Ragins (2012) kräver tydligt skrivande tid och ansträngning. Forskaren bör strukturera sina tankar och skriva om. Även om detta kan vara jobbigt, uppmuntrar Ragins (2012) att ha roligt längs vägen och vara kreativ för att hitta sin egen röst och sätt att skriva. Att skriva en etnografi har onekligen varit en lång och tuff process och därför har jag valt att förlikna detta med ordet *hantverkandet* av en etnografi, för att belysa skrivandet som en process som kräver ansträngning och hårt arbete. Att eftersträva perfektion medför enligt Baer och Shaw (2017) att ett slags ägarskap uppstår, som hjälper forskaren att känna stolthet över det hen åstadkommit. Jag vill inte prata om perfektion, men jag känner en stolthet över mig själv och det arbete som jag lagt ner på hantverkandet av denna etnografi.

## *Slutprodukten*

För att kunna förstå en kultur eller kontext och beskriva den som en etnografi, krävs det att man som forskare vistas en längre tid i den miljö som undersöks (Aspers, 2011). Exakt hur länge forskaren behöver vistas i en specifik miljö är svårt att avgöra, men Lalander (2015) anser att slutprodukten av en två veckors tid ute på fältet kunde kallas endast för en etnografiskt inspirerad text. Rehn (2001) hävdar dock att en kultur och en social kontext förändras med tiden, den utvecklas, rekonstrueras och avhandlas ständigt av dess medlemmar. Följaktligen är inget konstant och därför upplever jag att även en kortare tid ute på fältet kan skildras som en etnografi av den verklighet som forskaren upplevt.

Enligt Rehn (2001) bildar forskaren en uppfattning av ett mönster som återskapas och återkommer i den kultur som observeras, genom att uppleva ögonblick och fragment ute på fältet. Forskaren kan uppleva en slags mättnad och känsla av att hen fått en förståelse av den kontext forskaren deltar i efter en tid (Rehn, 2001). Efter mina två veckor ute på fältet kände jag att en sådan mättnad inte ännu hade uppnåtts och därför bestämde jag mig för att komplettera min så kallade inledande observationstid, med ytterligare en vecka ute på fältet under februari månad. Under denna vecka i februari var det relativt lugnt på

bryggeriet, Nicke var mycket hemma med sjuka barn och annars bestod veckan mestadels av olika möten och planering inför investeringen av nya öltankar. Med andra ord var det en helt vanlig vecka, där vardagen på bryggeriet belystes ur ett annat perspektiv än under den inledande observationstiden. Jag kan och vill inte påstå att jag har en full förståelse av vardagen på Kahakka Brewery, men i linje med Rehn (2001) upplever jag att en slags mättnad har uppfyllts och jag har fått en bild och förståelse av vardagen på Kahakka Brewery. Empiri och erfarenheter samlades även ur ett större perspektiv under ölfestivalen som ordnades i Åbo i mars, där jag fick ta del av en gemenskap med andra mikrobryggeriföretagare och med intresserade ölentusiaster. Därtill har jag följt med Kahakka Brewerys verksamhet på distans under hela avhandlingsprocessen, genom att följa företagets interna kommunikationsplattform Slack och sociala medier samt genom deltagande i företagets Googlemeets möten.

Många må påstå att det är ganska vågat att kalla denna avhandling en etnografi, eftersom jag spenderat endast en begränsad tid ute på fältet. I och med att jag känner till fältet från förr och kunnat följa med organisationslivet på avstånd även när jag inte själv fysiskt varit där, vill jag påstå att jag ändå har rätten att framställa detta verk som en etnografi. Enligt Geertz (1973) kan fylliga beskrivningar föra oss närmare främlingar och skapa en förståelse av okända miljöer, vilket även ökar kvaliteten av en etnografi. I mina fylliga beskrivningar (Geertz, 1973) anser jag att jag lyckas fånga organisationslivet och förklara verkligheten som jag upplevt den på bryggeriet. Genom denna avhandling tror jag att även andra kan få en inblick i hur vardagen ser ut på Kahakka Brewery.

Jag vill varken kalla detta verk för en hemma-etnografi eller en autoetnografi. Alvessons (2009) definition av hemma-etnografier är att forskningen fokuserar på det som händer runt omkring en och således bortses forskarens egna roll och inverkan på undersökningen, även om undersökningen utförs i en kontext forskaren tillhör till. Autoetnografier däremot upplever jag för forskarcentriska, eftersom dessa bygger till största del på forskarens egna upplevelser och erfarenheter av en specifik kultur (Ellis, Adams & Bochner, 2011). Anderson (2006) presenterar ett bättre begrepp som ligger närmare det jag vill åstadkomma, det vill säga en analytisk autoetnografi. En analytisk autoetnografi ger utrymme för både de egna erfarenheterna och forskaren som en del av undersökningen, samtidigt som den inte endast bygger på forskarens egna erfarenheter och upplevelser i

stil med autoetnografier, utan ger även utrymme för andra aktörer och informanter (Anderson, 2006).

Bell (1999) påpekar att problemet med organisatoriska etnografier inte är att de påverkas av forskarens subjektivitet, utan istället är utmaningen för forskaren att förstå hur hen påverkar både den miljö som undersöks och slutprodukten, samt hur forskaren kan dokumentera detta. Bell (1999) uppmanar forskare inom organisationsforskning att till och med presentera sig själva som en av huvudkaraktärerna i sina etnografier. Organisatoriska etnografier borde enligt Bell (1999) bygga på en reflektiv förståelse av forskarens roll i sin etnografi och detta ska även synas i slutprodukten som skapas. Enligt Alvesson och Skoldberg (2009) baserar sig reflektiv forskning på två utmärkande drag, det vill säga omsorgsfull tolkning av både empiri och teori samt besinningsfull tolkning av forskarens roll beaktande gruppen som studeras. Att systematiskt reflektera över hur tolkningen gjorts skapar en slutprodukt av bättre kvalitet och ökar forskningens värde (Alvesson & Skoldberg, 2009). I denna avhandling har jag velat vara ärlig om vad jag gjort och vilken roll jag haft i min undersökning och därmed väljer jag att kalla detta verk för en reflektiv etnografi, liknande det Van Maanen (1988) kallar för en bekännande etnografi.

### *Hantverkaren av denna studie*

Enligt Van Maanen (1988) kännetecknas bekännande etnografier av att forskaren diskuterar och reflekterar över sin otillräcklighet samt de problem och svårigheter forskaren stött på ute på fältet. Bell och Vachhani (2019) betonar att kunskap och kunnighet förkroppsligas genom forskaren och således är det viktigt att uppmärksamma detta i studier om arbete i organisationer. I organisatoriska etnografier är den deltagande observatören dessutom ingen neutral och osynlig figur i det organisatoriska livet och därför formar forskarens värderingar, identitet samt politiska och moraliska principer den forskning som drivs (Bell, 1999).

För att kunna väcka en nyfikenhet och för att kunna leta svar till de frågor som uppstått genom en undran över något, hävdar Carlsen och Sandelands (2015) att forskaren måste involvera sig i relationsuppbyggande och lärande i arbetet med medkänsla och

omsorgsetik, där relationer väger tyngre än krav på t.ex. opartiskhet. Dessutom framhåller Bell och Vachhani (2019) att hantverksarbete är beroende av affektiva relationer till såväl andra människor som objekt och platser där arbetet utförs. Därför anser jag det viktigt att diskutera min relation till både företaget Kahakka Brewery och företagets medlemmar vid detta skede.

Något som inte ännu framkommit tillräckligt tydligt i denna avhandling är att jag personligen känner Kahakka Brewerys vd, Nicke. Nicke är min kusin och därför har vi känt varandra hela mitt liv och haft en bra relation sedan länge tillbaka. Dessutom har jag, som redan tidigare nämnt, arbetat för Kahakka Brewery redan innan jag börjat skriva denna pro gradu-avhandling. Arbetet har dock för det mesta handlat om B2B-försäljning på distans, vilket betyder att jag inte fysiskt har deltagit i företagets vardag. Däremot har jag varit involverad i företagets verksamhet genom olika möten och mina åsikter har tagits i beaktande gällande bland annat restaurangförsäljning, på grund av min tidigare erfarenhet av restaurangbranschen.

Att jag personligen varit involverad i Kahakka Brewerys verksamhet och att jag de facto känner Nicke personligen har medfört en hel del fördelar, men också svårigheter i att genomföra min undersökning. Särskilt svårt har jag haft med att behålla min forskarroll ute på fältet och distansera mig från verksamheten som forskare (Aspers, 2011). Fine och Shulman (2009) hävdar dock att ett mål med organisatoriska etnografier till och med kan vara att bli en fullvärdig medlem av den kontext som undersöks. När jag redigerade mina fältanteckningar märkte jag t.ex. att jag alltid hade skrivit mina upplevelser i formen ”vi på Kahakka Brewery” och ”vårt mål som företag”, alltså på ett sätt där jag ser mig själv som en del av organisationen. På ett hörn är jag en del av Kahakka Brewery, men i avhandlingen har jag ändå försökt hålla en viss distans till mitt forskningsobjekt.

Särskilt under den inledande observationstiden var det svårt för mig att inte fullständigt leva mig in i den miljö jag deltog i och således blev det nästintill omöjligt att ta avstånd från fältet som forskare. Detta var även en av orsakerna till att jag redan i ett tidigt skede bestämde mig för att återgå till fältet i ett senare skede, när ett tydligare syfte för min avhandling hade formulerats. Den inledande observationstiden kan därmed ses som en introduktion till fältet, där jag fick uppleva och känna hur det är att arbeta på ett mikrobryggeri. Detta är enligt Atkinson (2013) viktigt, eftersom deltagande underlättar

förkroppsligandet av färdigheter och kompetens, vilket tillsammans med utbildade akademiska ögon kan användas för att framställa etnografiska verk. Under den kompletterande observationstiden försökte jag istället vara forskare ute på fältet och ge större uppmärksamhet till själva observationerna och fokusera på händelser och stunder som direkt kunde relateras till denna avhandling. Däremot agerade jag åter som en medlem av Kahakka Brewery under ölfestivalen i Åbo, där jag representerade företaget. Under denna helg var forskarrollen undangömd och endast i min åtanke.

Att jag deltog i bryggeriets vardag och aktiviteter i den grad jag gjorde, hade enligt mig en stor inverkan på hur de övriga organisationsmedlemmarna tog emot mig på Kahakka Brewery. Jag kände mig välkommen och blev på en kort tid en del av gänget. Därför skulle jag vilja påstå att deltagarna av min studie inte påverkades av en så kallad forskareffekt, där personerna skulle ha ändrat sitt naturliga beteende i min närvaro (Lalander, 2015). Jag kände mig som en naturlig del av omgivningen, vilket enligt Bryman och Bell (2017) är en viktig faktor för att få en mer verklig bild av den värld som forskaren undersöker.

*Det är fredag morgon. Idag ska killarna brygga öl och jag vill vara med, eftersom jag egentligen inte har ett hum om hur det går till. Jag följer mest killarna på avstånd, utan att själv delta i arbetet. Killarna pynjar, mäter, skyfflar och håller protokoll, medan jag sitter på en stol i hörnet av produktionen och observerar dem, samtidigt som jag skriver mina fältanteckningar i ett häfte. Mitt i arbetet kommer Antti och pratar med mig och för första gången under hela veckan ser han lite skeptiskt på mig och frågar ”mitä sä oikeen kirjoitat sinne sun vihkoon?” och jag svarar med ett finurligt leende på läpparna ”paskaa teistä, tottakai”.*  
(Utdrag ur fältdagboken, 15.11.2019)

Den situation som utspelas i utdraget ovan är egentligen den enda gången, under hela min undersökning, då någon öppet ifrågasatt och undrat vad jag riktigt håller på med och därför frågat vad jag egentligen observerar och skriver i häftet. Mitt svar visar hur bekväm relation jag har till företagets medlemmar, även om jag nog efteråt förklarade tydligare hurdana anteckningar jag skrev ner, utöver skämtet att jag skriver hård kritik om personerna. Ett sådant skämt skulle jag aldrig kunna säga till okända människor eller i en icke avslappnad omgivning.

Idag är majoriteten av personerna som arbetar med ölbryggning och på mikrobryggerier män (Rydzik & Ellis-Vowles, 2019), och detta är även fallet på Kahakka Brewery. Enligt Bell (1999) har forskning om hantverk skapat en bild av hantverkaren som en heroisk manlig figur, vilket även långt är sant enligt min mening inom mikrobryggeribranschen. I dagsläget har jag inte träffat någon kvinna som skulle agera som frontfigur i ett mikrobryggeri i Finland och kvinnor som medverkar i mikrobryggerier på andra sätt är en minoritet. Rydzik och Ellis-Vowles (2019) påstår att kvinnor rentav upplevs som ett svagt ord inom branschen. Även om jag, som kvinna, inte kan prata om ölbryggning i detalj har jag ändå känt mig accepterad och som en del av gemenskapen på Kahakka Brewery och därtill även ur ett större perspektiv som en del av mikrobryggerikulturen under ölfestivalen.

Många forskare betonar vikten av att lära sig språket som används i den omgivning man genomför sin studie i (Davies, 2008; Bryman & Bell, 2017). Eftersom jag är tvåspråkig och förstår både finska och svenska fullständigt, har goda kunskaper i engelska och dessutom pratar dialekten som används i nejden där Kahakka Brewery är beläget, vållade den språkliga förståelsen inga problem. Däremot upptäckte jag i ett tidigt skede av observationerna att jag inte hade en fullständig förståelse av det domänspecifika språket som användes inuti organisationen. Därför hade jag svårt att förstå till exempel skämt och följa med diskussioner om ölbryggning, särskilt i början av observationerna. Det domänspecifika språket bestod av termer som hade att göra med öl och ölbryggning mer specifikt. Jag märkte ändå i slutet av min tid ute på fältet att en bättre förståelse av det domänspecifika språket hade utvecklats.

Enligt Aspers (2011) är den sista fasen av deltagande observationer att lämna fältet. Särskilt under de sista månaderna, under slutförandet av denna avhandling, tog jag avstånd från fältet, alltså Kahakka Brewery. Detta möjliggjordes bland annat av att företaget anställde en av aktieägarna för försäljningsarbetet och därför behövde jag inte längre aktivt delta i verksamheten. Däremot har jag följt med verksamheten på avstånd via kommunikationsplattformen Slack och annars också följt med vad som händer inom mikrobryggeribranschen digitalt. Ett fullständigt utträde från fältet realiseras dock inte, eftersom jag fortfarande på ett hörn involveras i Kahakka Brewerys verksamhet även efter att avhandlingen och undersökningen slutförts.



## *Etiska aspekter*

Carlsen och Sandelands (2015) hävdar att vi forskare måste ta ansvar för det vi publicerar och därför vara både intelligenta och godmodiga när vi överväger vilka fakta, och i mitt fall ögonblick, som ska presenteras i slutprodukten och på vilket sätt. Särskilt i etnografier kan det ibland vara svårt att avgöra vad som verkligen är väsentligt att ta med i sin text, i fallet när det handlar om känsliga aspekter av andra människors liv. Med andra ord måste jag vara respektfull mot deltagarna av min studie samtidigt som jag är rättvis mot den forskning jag vill föra vidare. Enligt Carlsen och Sandelands (2015) lyckas forskare tillfredsställa sin nyfikenhet inom organisationsforskning när de skapar något vackert, främmande och märkligt, något som trotsar vår intuition och samtidigt accepteras och kan uppfattas korrekt av både studiens deltagare och andra läsare.

Enligt Fine och Shulman (2009) kan tillträde till fältet skaffas genom etablerade nätverk, vilket gör tillträdet lätt tillgängligt, samtidigt som det kan upplevas skamfullt ur andras ögon. Som jag redan tidigare redogjort övervägde jag till en början att genomföra min undersökning på ett eller flera andra bryggerier än Kahakka Brewery. Till slut bestämde jag ändå att kontakta Nicke, min kusin, för att utreda möjligheten att genomföra min studie på hans företag. Sanningen är att jag kom lätt undan, men fördelarna med att genomföra min studie i en känd miljö, med människor jag redan kände från förut vägde mer än de etiska problemen som uppstod genom detta förfarande.

För att säkerställa att deltagarna av min studie blev rättvist och respektfullt behandlade informerade jag Kahakka Brewerys medlemmar redan innan den inledande observationsperioden att jag skulle närvara på bryggeriet under vissa perioder för att samla in empiri för min pro gradu-avhandling. Enligt Fine och Shulman (2009) är det viktigt vid detta skede att redogöra för undersökningens syfte så väl som möjligt. Eftersom jag vid detta tillfälle inte exakt visste vad jag skulle undersöka sade jag att jag var där för att följa med hur vardagen ser ut på ett mikrobryggeri och hur arbetet utförs, vilket i stora drag fortfarande är syftet för denna avhandling. Organisationsmedlemmarna gavs även möjligheten att neka deltagande i min studie, men ingen vägrade. Innan avhandlingen lämnades in för slutlig granskning fick deltagarna dessutom möjligheten att läsa och granska min avhandling så att inget för personligt eller känsligt förekom och för

att säkerställa att min tolkning och uppfattning om bryggeriets verksamhet inte bara var villfarelser.

Även om Kahakka Brewerys medlemmar var informerade om mina avsikter och hade gett sitt samtycke för att delta i min studie finns det vissa personer som inte har haft samma möjlighet. Som jag redan tidigare diskuterat har min roll som deltagande observatör i en bekant miljö ibland orsakat svårigheter med att skilja på min roll som forskare och deltagare i företaget. Alla de kunder och samarbetspartners som jag fått träffa och möta under min tid på fältet har varit omedvetna om att jag tillägnat tid på bryggeriet även för andra orsaker än att arbeta där, och således har de ovetande blivit en del av min forskning (Fine & Shulman, 2009). Detta faktum gör egentligen ingen skada för min undersökning, men problematiken med att de inte haft en möjlighet att uttrycka sitt samtycke återstår. I och med att de omöjligen kan identifieras och eftersom de slutligen utgör en väldigt liten del av denna avhandling, ser jag ändå inte detta som ett avgörande problem.

Kahakka Brewerys vd, Nicke, har gett mig lov att dela företaget, där studien genomfördes, offentligt. Detta valdes att göra eftersom det möjliggör rikare beskrivningar i utdragen från fältdagboken och för att vi tillsammans kommit till slutsatsen att denna avhandling inte gör någon skada för företaget. Däremot har jag valt att anonymisera de övriga deltagarnas namn. Med andra ord är Markus, Antti, Kari och Calle påhittade pseudonymer. Även om dessa personer fortfarande är lätt igenkännbara, och vet det, har jag valt att anonymisera dem för att göra utdragen mindre personliga för deltagarna. Att jag dessutom väljer att avslöja detta först nu, kan upplevas som att jag lurat läsarna av min avhandling, men igenom detta vill jag samtidigt poängtera att det inte spelar någon roll vad deltagarna heter på riktigt.

Thurnell-Read (2011) hävdar att avnjutning av alkoholdrycker samtidigt som forskning drivs är delvis oetiskt och därför värt att diskuteras. Under mina deltagande observationer har jag druckit öl tillsammans med Kahakka Brewerys medlemmar. Mängderna har varit väldigt små och därför påstår jag att drickandet inte har påverkat mitt handlande eller slutresultatet av den etnografiska studien. Enligt Thurnell-Read (2011) kan deltagandet i den studerade gruppens aktiviteter, så som att dricka tillsammans med dem underlätta tillträdet till fältet och engagemang i gruppen. Ifall jag hade valt att avstå från

alkoholdrycker ute på fältet, anser jag att jag hade gått miste om många upplevelser och en förståelse av arbetet på ett mikrobryggeri, där ölrickande är en del av vardagen.

Enligt Fine och Shulman (2009) är skrivandet av en etnografi smutsigt och rörigt, och därför måste det ordnas och redas ut. Etnografen sorterar, tolkar och reducerar sitt empiriska material och väljer ut de utdrag som belyser det de vill peka på och som passar ihop med det teoretiska perspektivet som används (Fine & Shulman, 2009). Under tiden förändras det empiriska materialet, vissa aspekter göms och andra faller bort. Följaktligen blir etnografier på ett sätt fiktion, där etnografen böjt sanningen om vad som egentligen hände samtidigt som hen presenterar verkligheten i en organisatorisk kontext (Fine & Shulman, 2009; Geertz, 1973; Van Maanen, 1979). Vad jag vill säga är att de utdrag från fältdagboken som presenteras i denna avhandling är utvalda, redigerade och omskrivna. Inget är påhittat, men utdragen är bearbetade så att andra, som inte varit på plats och upplevt det jag har, kan enkelt och snabbt forma en förståelse av vad som händer i situationen och vad som är väsentligt. Vid varje situation har jag heller inte haft möjligheten att skriva fältanteckningar i stunden och således är situationsbeskrivningar och t.ex. citat som deltagare sagt nedskrivna så som jag minns dem. I Fine och Shulmans (2009) ord är utdragen ur fältdagboken ungefär sanna.

## **Framöver**

Allt började som sagt med en nyfikenhet på vad som händer där ute i den "riktiga" världen. Nyfikenhet är dock inget som kan fullbordas eller släckas, utan nyfikenhet lever kvar och ändrar form. Enligt Carlsen och Sandelands (2015) cirkulerar nyfikenhet och forskning i ett evigt kretslopp där förklaring väcker undran över något annat, något nytt och spännande. Efter att ha fått ta del av vardagen på Kahakka Brewery väcktes likväl min nyfikenhet på hur annorlunda vardagen kan se ut på ett annat mikrobryggeri. Denna avhandling ger som sagt en inblick i hur vardagen *kan* se ut, men ärligt sagt har jag ingen aning ifall vardagen på Kahakka Brewery liknar andra mikrobryggeriers vardag. Dessutom anar jag att vardagen på mikrobryggerier ser väldigt annorlunda ut beroende på hur länge företagen varit verksamma och hur stor deras produktion är. Framöver skulle det vara intressant att se liknande studier som skulle upplysa om arbetet på även andra

mikrobryggerier. Därtill bygger denna avhandling endast på min tolkning. Genom att komplettera deltagande observationer med även andra metoder kunde en fullständigare bild skapas, där mikrobryggarnas åsikter och deras tolkning om arbetet kunde utredas t.ex. genom att intervjua dem.

Att mikrobryggerier de facto ser varandra hellre som samarbetspartners än konkurrenter är enligt min mening väldigt intressant. Även om denna avhandling knappt tangerat ämnet har min nyfikenhet väckts under processens gång om hur mikrobryggerier egentligen definieras, ur andra företagens och konsumenternas perspektiv. Enligt den finska lagstiftningen definieras mikrobryggerier enligt deras produktionsmängd och därmed räknas bryggerier med en produktion på upp till 15 miljoner liter öl per år, som ett mikrobryggeri (Lag om accis på alkohol och alkoholdrycker, 1471/1994). Jag skulle vilja påstå att det är en ganska stor skillnad mellan mikrobryggerier som producerar t.ex. kring 30 000 liter öl och 12 miljoner liter per år. I något skede tror jag att andra företagare inom mikrobryggeribranschen börjar identifiera de mikrobryggerier vars produktion är väldigt stor att snarare tillhöra massproducenterna och således identifieras dessa som konkurrenter och inte som en del av mikrobryggerigemenskapen. Ur konsumenternas perspektiv kan det hända att sådana mikrobryggerier inte längre anses vara autentiska aktörer på marknaden. Därför vore det intressant att undersöka på vilket sätt en "autentisk" mikrobryggeri definieras och vad som händer både inuti dessa organisationer och runt omkring dem när de blir, så att säga, för framgångsrika.

Redan året när jag föddes hävdade Denzin och Lincoln (1994, se Coffey, 1999:9) att en frigörelse från klassiska normer om bland annat objektivitet, rationalism och korrekthet hade fullbordats inom antropologiska studier. Detta ledde vidare till en uppmuntran av experimentella etnografier som röriga, subjektiva, öppna, konfliktfyllda och framför allt reflektiva (Denzin och Lincoln 1994, se Coffey 1999:9). Ändå, vill jag påstå att det existerar en rädsla om att forska på fel sätt och därför är denna kamp fortfarande aktuell idag. Genom denna avhandling vill jag framför allt uppmuntra andra studeranden, och varför inte forskare inom organisationsstudier, att lösgöra sig från de naturvetenskapliga och kvantitativa normer som fortfarande idag styr vad och hur vi studerar inom ämnet organisation och ledning. Genom min etnografi har jag visat att det är möjligt att skriva om något svårt och komplext på ett enkelt, roligt och kreativt sätt. Min förhoppning är att

denna avhandling kan ge mod och inspirera andra att ta sig an forskningsprojekt som ligger dem nära och således bortse problem om t.ex. objektivitet och fullständig rationalitet, eftersom vi inom kvalitativ forskning ändå inte söker några absoluta sanningar. Subjektivitet och en personlig tolkning är mer än välkomnat inom organisationsstudier enligt mig, så länge forskarens roll diskuteras och förklaras uppriktigt och fullständigt. Genom att reflektera över sin egen roll i sin forskning kan forskaren dessutom utvecklas och mognas som person. Detta är min upplevelse. Kreativa sätt gör arbetet roligt, men också utmanande. Men som Gilmore m.fl. (2019) hävdar kan kreativitet och nya sätt att utforska världen både fördjupa och utvidga vår kunskap.

# Källor

- Adamson, G. (2018). *The invention of craft*. London: Bloomsbury.
- Adkins, L. (2005). The new economy, property and personhood. *Theory, Culture and Society*, 22(1): 111–130.
- Alvesson, M. (2009). At-home ethnography: Struggling with closeness and closure. I S. Ybema, D. Yanow, H. Wels och F. Kamsteeg (Red.), *Organizational ethnography: Studying the complexities of everyday life*, (s.156–174). London: Sage Publications.
- Alvesson, M. & Kärreman, D. (2007). Constructing mystery: Empirical matters in theory development. *Academy of Management Review*, 32(4): 1265–1281.
- Alvesson, M. & Sköldberg, K. (2009). *Reflexive methodology. New vistas for qualitative research* (2. uppl.). London: Sage Publications.
- Anderson, L. (2006). Analytic autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4): 373–395.
- Arvidsson, A., Malossi, G. & Naro, S. (2010). Passionate work? Labour conditions in the Milan fashion industry. *Journal of Cultural Research*, 14(3): 295–309.
- Aspers, P. (2011). *Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden* (2. uppl.). Malmö: Liber.
- Atkinson, P. (2013). Ethnography and craft knowledge. *Qualitative Sociology Review*, 9(2): 56–63.
- Baer, M. & Shaw, J. D. (2017). Falling in love again with what we do: Academic craftsmanship in the management sciences. *Academy of Management Journal*, 60(4): 1213–1217.
- Banks, M. (2010a). Autonomy guaranteed? Cultural work and the “art-commerce-relation”. *Journal for Cultural Research*, 14(3): 251–269.
- Banks, M. (2010b). Craft labour and creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 16(3): 305–321.
- Barnes, A. & Barnes, J. (1989). Time out of joint: Some reflections on anachronism. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 47(3): 253–261.

- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Becker, H. S. (1978). Arts and crafts. *American Journal of Sociology*, 83(4): 862–889.
- Bell, E. (1999). The negotiation of a working role in organizational ethnography. *International Journal of Social Research Methodology*, 2(1): 17–37.
- Bell, E., Toraldo, M. L., Taylor, S. & Mangia, G. (2019). Introduction. Understanding contemporary craft work. I E. Bell, G. Mangia, S. L. Toraldo (Red.) *The organization of craft work: Identities, meanings and materiality* (s.1–19). New York: Routledge.
- Bell, E. & Vachhani, S. J. (2019). Relational encounters and vital materiality in the practice of craft work. *Organization Studies*, 1–21.
- Bengtsson, M. & Kock, S. (2000). “Coopetition” in business networks – to cooperate and compete simultaneously. *Industrial Marketing Management*, 29: 411–426.
- Beverland, M. B. (2005). Crafting brand authenticity: The case of luxury wines. *Journal of Management Studies*, 42(5): 1003–1029.
- Biraglia, A. & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1): 170–188.
- Braverman, H. (1985). *Arbete och monopolkapital: arbetets degradering i det tjugonde århundradet* (N. Kjellström Övers. 2. uppl.). Stockholm: Raben & Sjögren.
- Brewers Association (2020). ”National beer sales & production data”. URL: <https://www.brewersassociation.org/statistics-and-data/national-beer-stats/> (läst 13.3.2020).
- Bryman, B. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (B. Nilsson, Övers. 3. uppl.). Stockholm: Liber.
- Campbell, C. (2005). The craft consumer. Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*, 5(1): 23–42.
- Cardon, M. S. & Stevens, C. E. (2004). Managing human resources in small organizations: What do we know? *Human Resource Management Review*, 14: 295–323.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J. & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *The Academy of Management Review*, 34(3): 511–532.
- Carlsen, A. & Sandelands, L. (2015). First passion: Wonder in organizational inquiry. *Management Learning*, 46(4): 373–390.

- Carroll, G. R. & Swaminathan, A. (2000). Why the microbrewery movement? Organizational dynamics of resource partitioning in the U.S. brewing industry. *American Journal of Sociology*, 106(3): 715–762.
- Carroll, G. R. & Wheaton, D. R. (2009). The organizational construction of authenticity: An examination of contemporary food and dining in the U.S. *Research in Organizational Behavior*, 29: 255–282.
- Coffey, A. (1999). *The ethnographic self: fieldwork and the representation of identity*. London: Sage Publications.
- Coulson, S. (2012). Collaborating in a competitive world: musicians' working lives and understanding of entrepreneurship. *Work, employment and society*, 26(2): 246–261.
- Daft, R. L. (1983). Learning the craft of organizational research. *Academy of Management Review*, 8(4): 539–546.
- Dalton, B. (2004). Creativity, habit, and the social products of creative action: Revising Joas, incorporating Bourdieu. *Sociological Theory*, 22(4): 603–622.
- Danson, M., Galloway, L., Cabras, I. & Beatty, C. (2015). Microbrewing and entrepreneurship: The origins, development and integration of real ale breweries in the UK. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 16(2): 135–144.
- Davies, C. A. (2008). *Reflexive ethnography. A guide to researching selves and others* (2. uppl.). London: Routledge.
- de Peuter, G. (2011). Creative economy and labor precarity: A contested convergence. *Journal of Communication Inquiry*, 35(4): 417–425.
- Duff, C. & Sumartojo, S. (2017). Assemblages of creativity: Material practices in the creative economy. *Organization*, 24(3): 418–432.
- Ellis, C., Adams, T. E. & Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: an overview. *Historical Social Research*, 36(4): 273–290.
- Fenwick, T. J. (2002). Transgressive desires: new enterprising selves in the new capitalism. *Work, employment and society*, 16(4): 703–723.
- Fine, G. A. & Shulman, D. (2009). Lies from the field: Ethical issues in organizational ethnography. I S. Ybema, D. Yanow, H. Wels och F. Kamsteeg (Red.), *Organizational ethnography: Studying the complexities of everyday life*, (s.177–195). London: Sage Publications.



Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. New York: Basic Books.

Gibson-Graham, J. K. (2006). *The end of capitalism (as we knew it): a feminist critique of political economy* (ny uppl.). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

Gill, R. & Pratt, A. (2008). In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work. *Theory, Culture & Society*, 25(7–8): 1–30.

Gilmore, S., Harding, N., Helin, J. & Pullen, A. (2019). Writing differently. *Management Learning*, 50(1): 3–10.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.

Gratton, L. (2000). *Living strategy. Putting people at the heart of corporate purpose*. London: Prentice Hall.

Hatch, M. J. & Schultz, M. (2017). Toward a theory of using history authentically: Historicizing in the Carlsberg group. *Administrative Science Quarterly*, 62(4): 657–697.

Hesmondhalgh, D. & Baker, S. (2010). ‘A very complicated version of freedom’: Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries. *Poetics*, 38: 4–20.

Hoedemaekers, C. (2018). Creative work and affect: Social, political and fantasmatic dynamics in the labour of musicians. *Human Relations*, 71(10): 1348–1370.

Holmes, H. (2015). Transient craft: reclaiming the contemporary craft worker. *Work, employment and society*, 29(3): 479–495.

Hyrylä, L. (2018). Toimialaraportit – Juomien Suomi. *Työ- ja elinkeinoministeriö*, Toimialaraportti 41/2018.

Hyttinen, J. (2020). ”Koronaviruksen vaikutukset synnyttivät uutta solidaarisuutta pienpanimoiden joukossa”. *Olutposti*, publicerad 20.3.2020. URL: <https://olutposti.fi/koronaviruksen-vaikutukset-synnyttivat-uutta-solidarisuutta-pienpanimoiden-joukossa/> (läst 20.4.2020).

Jessop, B. (1992). Fordism and post-Fordism: A critical reformulation. I M. Storper och A. J. Scott (Red.), *Pathways to industrialization and regional development* (s.46–69). New York: Routledge.

Jylhä, J.-P. (2016). *Juomien Suomi: pienpanimot, viinitilat ja tislaamot*. Helsingfors: Karttakeskus.

Kahakka Brewery. (2019). ”Story”. URL: <https://www.kahakkabrewery.com/story> (läst 26.11.2019).

Kaplinsky, R. (1988). Restructuring the capitalist labour process: some lessons from the car industry. *Cambridge Journal of Economics*, 12: 451–470.

Karleby Stad. (2016). ”Oolannin sota ja Halkokarin kahakka”. URL: [https://www.kokkola.fi/meresta\\_noussut\\_kaupunki/venajan\\_vallanaika/autonomian\\_aika/oolannin\\_sota\\_halkokarin\\_kahak/fi\\_FI/oolannin\\_sota\\_ja\\_halkokarin\\_kahakka/](https://www.kokkola.fi/meresta_noussut_kaupunki/venajan_vallanaika/autonomian_aika/oolannin_sota_halkokarin_kahak/fi_FI/oolannin_sota_ja_halkokarin_kahakka/) (läst 26.11.2019)

Korpinen, S. & Nikulainen, H. (2014). *Suomalaiset pienpanimot*. Jyväskylä: Kirjakaari.

Lag om accis på alkohol och alkoholdrycker, 1471/1994. URL: <https://www.finlex.fi/sv/laki/alkup/1994/19941471> (läst 15.10.2019).

Lalander, P. (2015). Observationer och etnografi. I G. Ahrne och P. Svensson (Red.), *Handbok i kvalitativa metoder* (s.93–113). Stockholm: Liber.

Land, C., Sutherland, N. & Taylor, S. (2019). Back to the Brewster. Craft brewing, gender and the dialectical interplay of retraditionalisation and innovation. I E. Bell, G. Mangia, S. Taylor och M. L. Toraldo (Red.) *The organization of craft work: Identities, meanings and materiality* (s.134–152). New York: Routledge.

Landwehr, A. & Winnerling, T. (2019). Chronisms: on the past and future of the relation of times. *Rethinking History*, 23(4): 435–455.

Lehtinen, A. (2020). ”Pienpanimot vetoavat valtiovaltaan ja keskusliikkeisiin kriisitilanteessa”. *Olutposti*, publicerad 24.3.2020. URL: <https://olutposti.fi/pienpanimot-vetoavat-valtiovaltaan-ja-keskusliikkeisiin-kriisitilanteessa/> (läst 20.4.2020).

Luckman, S. (2015). *Craft and the creative economy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Lundgren-Henriksson, E.-V. & Kock, S. (2016). A sensemaking perspective on cooptation. *Industrial Marketing Management*, 57: 97–108.

Maclean, M., Harvey, C. & Clegg, S. R. (2016). Conceptualizing historical organization studies. *Academy of Management Review*, 41(4): 609–632.

Maffesoli, M. (2016). From society to tribal communities. *The Sociological Review*, 64: 739–747.

- Mantere, S. & Ketokivi, M. (2013). Reasoning in organization science. *Academy of Management Review*, 38(1):70–89.
- Maunu, A. (2017). *Humalan täällä puolella. Alkoholikeskustelun uudet suunnat*. Helsinki: ELO – Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiö.
- Marchand, T. H. J. (2008). Muscles, morals and mind: Craft apprenticeship and the formation of person. *British Journal of Educational Studies*, 56(3): 245–271.
- Marglin, S. A. (1974). What do bosses do? The origins and functions of hierarchy in capitalist production. *Review of Radical Political Economic*, 6: 60–112.
- McGrath, H. & O’Toole, T. (2018). Extending the concept of familiness to relational capability: A Belgian micro-brewery study. *International Small Business Journal*, 36(2): 194–219.
- Meier, N. & Wegener, C. (2017). Writing with resonance. *Journal of Management Inquiry*, 26(2): 193–201.
- Miller, C. F. (2019). ‘Glorified janitors:’ Creativity, cachet, and everyday experiences of work in Portland, Oregon’s craft brewing sector. *Geoforum*, 106: 78–86.
- Mills, C. W. (1951). *White collar: the American middle classes*. New York: Oxford University Press.
- Mills, C. W. (1959). *The sociological imagination*. Harmondsworth: Penguin.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E. & Cardon, M. S. (2014). Pathways of passion: Identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs. *Journal of Management*, 40(6): 1583–1606.
- Murray, D. W. & O’Neill, M. A. (2015). Home brewing and serious leisure: exploring the motivation to engage and the resultant satisfaction derived through participation. *World Leisure Journal*, 57(4): 284–296.
- O’Connor, E. (2017). Touching tacit knowledge: handwork as ethnographic method in a glassblowing studio. *Qualitative Research*, 17(2): 217–230.
- Oldham, G. R. & Hackman, J. R. (2010). Not what it was and not what it will be: The future of job design research. *Journal of Organizational Behavior*, 31: 463–479.
- O’Neill, C., Houtman, D. & Aupers, S. (2014). Advertising real beer: Authenticity claims beyond truth and falsity. *European Journal of Cultural Studies*, 17(5): 585–601.

Orr, J. E. (1996). *Talking about machines. An ethnography of a modern job*. New York: Cornell University Press.

Peterson, R. A. (2005). In search of authenticity. *Journal of Management Studies*, 42(5): 1083–1098.

Pye, D. (1995). *The nature and art of workmanship*. London: The Herbert Press.

Ragins, B. R. (2012). Editor's comments: Reflections on the craft of clear writing. *The Academy of Management Review*, 37(4): 493–501.

Rehn, A. (2001). *Electronic Potlatch: A study on new technologies and primitive economic behaviors*. (Doktorsavhandling). Stockholm: Kungliga Tekniska Högskolan.

Rehn, A. (2006). Anachronism and innovation: A case of hybrid economies in the early 19<sup>th</sup> century. *Management & Organizational History*, 1(1): 71–86.

Roberts, J. (2007). *The intangibilities of form. Skill and deskilling in art after the readymade*. London: Verso.

Rodgers, D. M. & Taves, R. (2017). The epistemic culture of homebrewers and microbrewers. *Sociological Spectrum*, 37(3): 127–148.

Rydzik, A. & Ellis-Vowles, V. (2019). 'Don't use "the weak word"': Women brewers, identities and gendered territories of embodied work. *Work, Employment and Society*, 33(3): 483–499.

Salmi, M. (2018). *Olut! Kotimaiset panimot ja oluet*. Helsingfors: Readme.fi

Schnell, S. M. & Reese, J. F. (2003). Microbreweries as tools of local identity. *Journal of Cultural Geography*, 21(1): 45–69.

Schwalbe, M. (2010). In search of craft. *Social Psychology Quarterly*, 73(2): 107–111.

Sennett, R. (2008). *The craftsman*. New Haven: Yale University Press.

Smith, C. & McKinlay, A. (2009). Creative industries and labour process analysis. I A. McKinlay och C. Smith (Red.), *Creative labour: Working in the creative industries* (s. 3–28). London: Red Globe Press.

Social- och hälsovårdsministeriet (u.å.). "Alkoholilain kokonaisuudistus". URL: <https://stm.fi/alkoholilain-kokonaisuudistus> (läst 7.10.2019).

Taylor, F. W. (1911). *The principles of scientific management*. New York: Harper & Brothers.

Thompson, P. (1983). *The nature of work. An introduction to debates on the labour process*. London: The Macmillan Press.

Thompson, P., Jones, M. & Warhurst, C. (2007). From conception to consumption: creativity and the missing managerial link. *Journal of Organizational behaviour*, 28: 625–640.

Thurnell-Read, T. (2011). ‘Common-sense’ research: Senses, emotions and embodiment in researching stag tourism in Eastern Europe. *Methodological Innovations Online*, 6(3): 39–49.

Thurnell-Read, T. (2014). Craft, tangibility and affect at work in the microbrewery. *Emotion, Space and Society*, 13: 46–54.

Thurnell-Read, T. (2016). Beer and belonging: Real Ale consumption, place and identity. I T. Thurnell-Read (Red.) *Drinking dilemmas: Space, culture and society* (s.45–61). London: Routledge.

Thurnell-Read, T. (2017). ‘Did you ever hear of police being called to a beer festival?’ Discourses of merriment, moderation and ‘civilized’ drinking amongst real ale enthusiasts. *The Sociological Review*, 65(1): 83–99.

Thurnell-Read, T. (2019). A thirst for the authentic: craft drinks producers and the narration of authenticity. *The British Journal of Sociology*, 70(4): 1448–1468.

Turunen, M. (2002). *Jos täytätte mun lasini. Suomalaisen panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden vuosisata*. Helsingfors: Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry.

Umney, C. & Kretsos, L. (2014). Creative labour and collective interaction: the working lives of young jazz musicians in London. *Work, employment and society*, 28(4): 571–588.

Untappd (2020). ”Untappd connects beer drinkers everywhere”. URL: <https://blog.untappd.com/post/1372570433/untappd-connects-beer-drinkers-everywhere> (läst 14.4.2020).

Van Maanen, J. (1979). The fact of fiction in organizational ethnography. *Administrative Science Quarterly*, 24(4): 539–550.

Van Maanen, J. (1988). *Tales of the field: On writing ethnography*. Chicago: University of Chicago Press.

Wadhwani, R. D., Suddaby, R., Mordhorst, M. & Popp, A. (2018). History as organizing: Uses of the past in organizational studies. *Organization Studies*, 39(12): 1663–1683.

Waehning, N., Karampela, M. & Pesonen, J. (2019). 'Craft' as a contested term. Revealing meaning among consumers in the context of the craft-brewing industry from authenticity perspective in the UK. I E. Bell, G. Mangia, S. Taylor och M. L. Toraldo (Red.) *The organization of craft work: Identities, meanings and materiality* (s.153–175). New York: Routledge.

Watson, T. J. (2009). Narrative, life story and manager identity: A case study in autobiographical identity work. *Human Relations*, 62(3): 425–452.

Watson, T. J. (2011). Ethnography, reality, and truth: The vital need for studies of 'How things work' in organizations and management. *Journal of Management Studies*, 48(1): 202–217.

Yang, M. (2000). Putting global capitalism in its place: Economic hybridity, Bataille, and ritual expenditure. *Current Anthropology*, 41(4): 477–509.

Åstebro, T. & Thompson, P. (2011). Entrepreneurs, Jack of all trades or Hobos? *Research Policy*, 40(5): 637–649.

## *Bildkällor*

**BILD 1** (pärmbild): Arm som håller öl i ett glas

Bild av OpenClipart-Vectors från pixabay.com

**BILD 2:** Kahakka Brewerys produkter (s.17)

Kahakka Brewery (2018). Hämtad från företagets Facebook-sida med tillstånd.

**Bild 3:** Kahakka Brewerys ölbryggningssystem (s.29)

Nicke Kavilo [privat bild] (2020).

**Bild 4:** Skål med öl i glaset (s.42)

Bild av Yutacar från unsplash.com

**Bild 5:** Kahakka Brewerys bryggeri utifrån (s.64)

Kahakka Brewery (2019). Hämtad från företagets Facebook-sida med tillstånd.

# Bilaga 1

## OBSERVATIONSSCHEMA

### VAD SER JAG?

- Vad ser jag runt omkring mig?
- Hur ser bryggeriet / omgivningen ut?
- Hur ser människorna ut?
- Vad har de på sig?
- Hur beter de sig?
- Hur kommunicerar de?
- Hur agerar människor tillsammans med andra?
- Vad gör människorna?
- Vad förmedlas genom medlemmarnas kroppsspråk?
- Hur hälsar de på varandra?
- Hur bemöts utomstående? Hur påverkar de samspelet/arbetet/vardagen på bryggeriet? Förändras medlemmarnas agerande då någon utomstående är på plats?
- Vilka normer identifierar jag i organisationen?
- Finns det osynliga regler alla följer?
- Vilka specifika ritualer eller traditioner kan jag identifiera på bryggeriet?
- Hur skiljer sig människorna från varandra?
- Vad förmedlar individernas handlingar om deras tillhörighet till olika grupper?
- Hur uttrycks olika positioner/roller på bryggeriet?
- Hur gör individerna för att hantera sin position personligen?
- Vilka problem möter de i sina liv?

### VAD HÖR JAG?

- Vad säger människorna?
- Hur pratar det med varandra?
- Hur skämtar de med varandra? Vad skämtar de om?



- Vad pratar människorna om under kaffepausen/fritid? Under arbetet? När de kommer till bryggeriet/går därifrån?
- Vilka andra ljud finns i bryggeriet?
- Är ljuden irriterande/störande?
- Hur uttrycker människorna sin tillhörighet till organisationen?
- Vad förmedlar individernas berättelser om deras tillhörighet till olika grupper?
- Hur pratar man om sin individualitet och liv utanför bryggeriet?

#### HUR KÄNNES DET?

- Vilken stämning råder i organisationen idag?
- På vilket humör är organisationens medlemmar?
- Hur syns eller uttrycks glädje och framgång? Misslyckanden, motgång och besvikelse?
- Är det kallt eller varmt?
- Hur känner jag mig idag? Vilken är min roll i organisationen?

#### HUR DOFTAR/LUKTAR DET?

- Hur luktar/doftar det i bryggeriet i de olika rummen?
- Hur luktar människorna?
- Luktar det öl?